
مدیریت
تربیت بدنی
مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان


بسم الله الرحمن الرحیم

مدیریت تربیت بدنی

نویسنده:

www.modiryar.com

ناشر چاپی:

www.modiryar.com

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

مدیریت تربیت بدنی

مشخصات کتاب

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت تربیت بدنی/ www.modiryar.com

ناشر: www.modiryar.com

مشخصات نشر دیجیتالی:اصفهان:مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان ۱۳۹۱.

مشخصات ظاهری:نرم افزار تلفن همراه , رایانه

موضوع:مدیریت - تربیت بدنی

جنگ کفش های ورزشی

مرتضـی شـأنی این موردکاوی، ماجرای دو رقیب اصـلی در صـنعت کفش ورزشـی را که دامنه صـنعت آنها ازحـد کفش فراتر رفته است، نشان می‌دهد. در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ شرکت نایك رتبه اول را در صنایع کفش ورزشی به دست آورد و آدیداس را پشت سـر گذاشت. این شرکت از المپیک سال ۱۹۳۶ یعنی موقعی که آقای «اونس» کفشـهای آدیداس را پوشـید و درجلو هیتلر، ملت آلمـان و جهان، مـدالها را تصاحب کرد، پیروز محسوب می گردیـد. در اوایل دهه ۸۰ شـرکت ری بوك به عنوان رقیب اصلی ظاهر شـد و با رشد بی‌نظیر، رتبه اول را در صـنایع کفش ورزشـی به دست آورد. سه سال بعد نایك مجدداً موقعیت خود را در رتبه بالا کسب کرد و حریف را در نیمه دوم دهه کنار زد.سابقه ری بوکپیشینه ری بوك به دهه ۹۰ قرن نوزدهم برمی گردد که شخصی به نام جوزف ویلیام فاستر خود را به عنوان اولین سازنده کفشـهای ورزشی میخدار معرفی کرد. تا سال ۱۸۹۵ کفشهای او به صورت دسـت‌دوز برای دونـدگان مشـهور سـاخته می شـد، ولی بـه زودی کمپـانی فلـدینگ، فـاستر و پسـران، کفشـهای خـود را بـه کلیه ورزشـکاران سرتاسر جهان عرضه کرد. در سال ۱۹۵۸ دو نوه بنیانگـذار کفش دوزی، شـرکتی را ایجـاد و نـام آن را با الهام از یک غزال آفریقایی، ری بوك نامیدنـد که درنهایت با کمپانی فاستر و پسـران ادغام گردیـد.در سال ۱۹۸۱، جمع فروش ۵/۱ میلیون دلار بود و نقطه عطف در سـال بعـد به وجود آمـد که ری بوك اولین کفش ورزشـی طراحی شـده برای بـانوان را عرضه کرد. که به نام کفشـهای فری اسـتایل معروف گردیـد. در سال بعد به طور غیرمنتظره با بیش از سه برابر افزایش به ۹۱۹ میلیون دلـر در سال ۱۹۸۶ رسـید. میزان فروش در سـال ۱۹۸۷ بـه ۴/۱ میلیـارد دلـر و در سـال ۱۹۹۱ بـه ۷/۲ میلیـارد دلـر بـالغ گردیـد و به عنوان بهـترین و نوآورترین شـرکت سازنـده وسایـل ورزشـی در جهـان شـناخته شـد.جـابه جـایی موقعیت رقابتی ری بوکـدر سال ۱۹۸۷ در صـنعت کفشـهای ورزشـی ارزش سـهام ری بوك از رقیب اصلی خود یعنی نایك به لحاظ فروش ۴/۱ میلیارد دلاری نسبت به میزان فروش ۹۰۰ میلیون دلاری نایك بالاتر رفت. سپس سرعت رشد فروش ری بوك کم شد و در سال ۱۹۹۰ شرکت نایك با فروش حدود ۲۳ میلیون دلـر در مقابـل فروش حـدود ۲۲ میلیـون دلـر از آن جلـوتر افتـاد. در این زمـان نـاگهـان ری بـوك شـروع به از دست دادن تـدریجی موقعیت خود در بـازار کرد، و زمینه نگرانی سـهامداران را فراهم ساخت.بخشـی از جابه جایی موقعیت رقابتی ری‌بوك به لحـاظ سـرمایه گـذاری سـنگین نایـك در تبلیغـات و اسـتفاده از دوسـتاره ورزشـی گران قیمـت نظیر مایکـل جردن و پته سـامپراس بود.تهاجم ری بوکفایرمن ابتـدا به جبهه بسـکتبال شـرکت نایك حمله کرد. سـهم نایك در کفشـهای بسـکتبال تقریبا"۵۰ درصد و سهم بازار ۱۵ درصـد بود. در این زمان، مایکل جردن در بسـکتبال بازنشسـته شـد و در غیاب مایکل جردن که در فروش کفشـهای نایـك تـاثیر زیـادی داشت، ری بوك بـا سـتاره معروف یعنی شاکیلا-اونیل قراردادی امضا و شـروع به تخریب استیلای نایك در بـازار کرد.فشار روی نایك در جریان مسابقات NBA فوریه۱۹۹۴ و عرضه کفشـهای طرح جدید و بدون بند و قابل شارژ به وسیله

گـاز کربنیک ری بوک افزایش یافت. قیمت این کفشـها ۱۳۰ دلار بود که بسیار معقول تعیین شـد و فایرمن انتظار داشت که با این نوآوری سـهم بازار را ۱۰ درصـد در طـول سه سـال افزایش دهـد. او همچنین به جبهه قوی دیگری از نایـک در رابطه بـا کفشـهای بنـددار حمله کرد که ۸۰ درصـد فروش نایک را تشکیل می دهـد. در ژانویه ۱۹۹۳ ری بوک کفشـهای بنـددار مخصوص را، برای ورزشـکاران دبیرسـتان عرضه کرد. فایرمن پیش بینی کرد که با سه برابر افزایش میزان فروش آن به ۴۵ میلیون بالغ شود. او همچنین در سال ۱۹۹۴ در بـازار هاکی با ۱۲ نـوع کفش و انتظـار فروش ۱۰۰ میلیون دلار وارد شد.نتایجمتاسـفانه تلاشـهای گسترده فایرمن برای نوسازی شـرکت برای مقابله با شـرکت نایک و نیل به پیشـگامی در بازار با اقبال مواجه نشد و پاره ای مشکلات ظاهر گردید. مثلاً در رابطه با قرارداد با شاکیلا اونیل کفشـهای مدل شاك آتاك مقبول نوجوانان واقع نشد و موجب پاره ای نارسائیها گردید. به طور مثـال، این کفشـها دارای رنگ سـفید با حاشـیه و خطوط آبی،۱۳۰ دلاـر قیمت داشت درصورتی که در آن زمـان کفش سـیاه مـدروز بود و بخش بزرگی از نوجوانـان قادر به پرداخت ۱۳۰ دلار برای کفش دیگر نبودند. در شـش ماهه اول ۱۹۹۳ نیز کفشهای بسکتبال علی رغم تبلیغات شاکیلا ۲۰ درصد کاهش یافت. تا سال ۱۹۹۵ هزینه های عملیاتی شرکت به۳۲/۷ درصد فروش در مقابل با ۲۴/۴ درصد سال ۱۹۹۷ یعنی فراتر از ۲۷ درصد میانگین صـنعت افزایش یافت. ری بوک پذیرفت که بخشـی از افزایش هزینه ها ناشـی از عقـد قرارداد بـا سـتارگان ورزشـی و پرداخت پاره‌ای هزینه های مسابقات است. به طور مثال، برخلاف چهار سال قبل و به جای ۴۰۰ نفر ری بوک بـا ۳۰۰۰ ورزشـکار برای پوشـیدن کفشهای ری بوک در جریان المپیک ۱۹۹۶ آتلانتا قرارداد منعقـد کرد. ازطرف دیگر با مسئولان سان فرانسیسـکو و فدراسـیون های تیم ها و سـتارگان بسکتبال برای پوشیدن کفش ری بوک قراردادهای جداگانه بست.تلاش برای پیروزیتا سال ۱۹۹۵ «وول ورت» با ۲۸۰۰ فروشـگاه بزرگترین فروشنده کفشهای ورزشی بود. این کمپانی از بازار ۵/۶ میلیارد دلاری ۵/۱ میلیارد دلار سهم یعنی حدود ۲۳ درصد را داشت. شرکت نایک توانسته بود که با ۳۰۰ میلیون دلار در مقام بعـدی و ری‌بوک نیز با کسب ۲۲۸ میلیون دلاـر در رده سوم قرار گیرد. دو سال بعـد فروش کفشـهای نایک به ۷۵۰ میلیون دلاـر افزایش یافت ولی ری بوک ۱۲۲ میلیون دلار به دست آورد.مشـکل دیگر ری بوک نوع مشتریان کفاشـی ها بود که عمـدتا" نوجـوان که حاضـر به پرداخت ۸۰ تـا ۹۰ دلاـر بودنـد درصـورتی که قیمت اقلاـم ری بوک برای مشتریـان قـدیمی پـذیرفتنی بود و نوجوانـان و افراد معمولی قادر به پرداخت قیمت بالا نبودنـد.سوابق نایکاولین ظهور کفشـهای نایک در مسابقات مقـدماتی رقابتهای المپیک ۱۹۷۲ بود که به ورزشـکاران در تمرینات آزمایشـی کفشـهای جدیـد ارائه شـد و این کفشـها پس از انجام مسابقات دربین هفت مورد مقام چهارم را کسب کرد، و آدیـداس نیز اول شـد.در صبح یکی از روزهای یکشـنبه در سال ۱۹۷۵ «باورمن» شروع به آزمون ترکیب آهن متخلخل با لاستیک اوره ای کرد و در جریان آزمایش، به لاستیک خاصـی دست یافت که علی رغم ضـخامت کم دارای خاصیت جهندگی بیشتر نسبت به اقلام مشابه در بازار بود. «نایت» و «باورمن» با این لاستیک مخصوص شانس جدیدی را تصـاحب کردنـد و میزان فروش خود را از دو میلیون دلاـر در سـال ۱۹۷۲ به ۱۴ میلیون دلار افزایش دادنـد.شـرکت نایک به اتکای تلاش زیاد و تحقیق و توسـعه دقیق به پیشـگام در صنعت کفش‌سازی و ارائه مدلهای جدید تبدیل گردید.در پایان دهه، این شرکت دارای ۱۰۰ نفر پرسـنل در قسمت تحقیق و توسعه بود و بیش از ۱۴۰ مدل مختلف توأم با نوآوری و فناوری پیشـرفته در بازار عرضه کرده است. این تنوع شامـل طراحی مـدلهای مختلف برای انواع پاهـا، وزنها، سـرعتهای دو، برنامه های تمرین، زن، مرد و مهارتهای مختلف می شود.تـا سال ۱۹۸۱ نایـک هـدایت بـازار کفش قهرمـانی را با تصاحب ۵۰ درصـد دراختیـار داشت و سـهم بازار کفش آدیـداس با چنـدین دهه قـدمت به کمتر از سـهم نایک کاهش یافت.در سال ۱۹۸۰ نایک وارد بورس شـد و «نایت» میلیونر توسـط مجله فوربس به عنوان شاخص در بین ۴۰۰ سهام آمریکایی با ثروت تقریبی کمتر از ۳۰۰ میلیون دلار اعلام گردید. «باورمن» نیز در ۷۰ سالگی اکثر سـهام خود را واگذار و دو درصد سـهام شرکت به ارزش ۹/۵ میلیون دلاـر را تصاحب کرد.در چهارم ژانویه ۱۹۸۲ فـوربس درگزارش خـود تحت عنوان گزارش سالاـنه صـنایع آمریکـا، نایـک را ازنظر سودآوری حـائز رتبه اول در طرح پنـج سـال

گذشته و جلوتر از سایر صنایع معرفی کرد. اما، متعاقب دهه ۸۰، ری بوک به عنوان رقیب اصلی نایک ظاهر، و آن را تهدید کرد. دلیل عمده آن بهادادن نایک به توانایی رقیب بود. درنتیجه در بازار روبه توسعه، فرصت از دست رفت و ری بوک با عرضه کفشهای نرمشی، بازار کشور را قبضه کرد.تحلیلاـین موردکاوی، ماجرای دو رقیب اصلی در صنعت کفش ورزشی را که دامنه صنعت آنها ازحد کفش فراتر رفته است، نشان می‌دهد. نایک ابتدا آدیداس کهنه کار را از میان برد و در نیمه دوم دهه ۸۰ با ری بوک مواجه شد و از فرصت جدید بهره برداری نکرد. به هرحال، نایک مجددا "قوی تر از قبل ظاهر شد و دلایل آن به اشتباه ری بوک و عملکرد مناسب نایک بعداز تلخکامی موقتی برمی گردد.بزرگترین فاکتور قابل کنترل در موقعیت بی نظیر نایک، شیوه برخورد با مشتریان است. نایک تمام مشتریان بویژه عاملان بزرگ نظیر کفش فروشی ها را غنی ساخت در صورتی که ری بوک در ایجاد روابط مناسب نه تنها تلاش نکرد بلکه با آنها برخورد خودپسندانه داشت. واقعاً این اشتباه بزرگی است که یک شرکت سازنده خود را سلطان درنظر بگیرد و نسبت به مشتریان و عاملان خود مستبدانه و خودسرانه برخورد کند.اما، دنیای مد می تواند زودتر از این، وضعیت را نابود سازد و برنده امسال را در سال دیگر در انتهای لیست قرار دهد. مشابه آنچه درمورد کفشهای شاک —آتاک و تاییدیه های ستاره گران قیمت ورزشی اونیل شاهد هستیم.عامل دیگر در موفقیت شرکت نایک، استفاده از ورزشکاران موفق تازه به دوران رسیده، و استفاده بهتر از شعار معروف «JUST DO IT» است، که مورداستقبال جوانان قرارگرفت.چه چیزی می توان یاد گرفت؟هیچ کس از اشتباه مصون نیست و هر موفقیت، تداوم آن را تضمین نمی کند. بعضی از مدیران خود را گول می زنند و فکر می‌کنند که هر موفقیت، موفقیت دیگر را به دنبال می آورد. این طور نیست، هیچ شرکتی اعم از پیشگام یا معمولی نمی توانند به تحولات محیط و تهاجمات رقبای کوچک بی اعتنا باشد. آدیداس همانند شرکت کامپیوتری IBM بر صنعت کفش ورزشی در بازار تسلط داشت اما توسط رقیب تازه واردی به نام نایک از میدان به در رفت. زیرا آدیداس سپر خود را در لحظات حساس زمین گذاشت. به طریق مشابه نایک از تهاجم تازه وارد دیگر غفلت کرد و با کم بهادادن به آن در عرضه کفشهای نرمشی، از رقیب عقب ماند.اهمیت جلب مشتریان عمده. هر شرکت باید شیوه های جلب رضایت مشتریان بویژه مشتریان بزرگ و طرف حسابهای اصلی را که اهمیت حیاتی دارند، پیدا کند. نمونه بارز اثربخشی و یا عدم اثربخشی و جلب رضایت مشتریان اصلی را می توان در نحوه برخورد ارتباطی ری بوک و نایک با زنجیره فروشندگان کفش شاهد بود. هرگاه تولیدکننده، خواسته مشتریان اصلی را برآورده نسازد باید آنها را مجاب و یا بخشی از بازار خود را به دیگران واگذار کند.آیا تناسبی برای بهره گیری از ورزشکار در تبلیغ وجود دارد؟ امروزه ورزشکاران پولهای هنگفت برای تبلیغ کالا درخواست می‌کنند. آیا پرداخت چنین مبالغ ارزش دارد؟ باید قراردادهای استفاده از ورزشکاران برای بهره برداریهای تبلیغاتی محدود شود زیرا استفاده از ورزشکاران حتی مایکل جردن دیگر تضمین ندارد. برخی از شرکت نایک انتقاد دارند که در استفاده از ورزشکاران برای تبلیغات خود فراتر رفته و هزینه‌های زیادی را پرداخت کرده است. باید توجه داشت استفاده بیش از حد از ورزشکاران برای تبلیغ کالا ضمن اتلاف پول ممکن است با تبعات منفی همراه باشد زیرا رفتار خارج از شئونات همان ورزشکار می تواند اثر منفی روی فروش آن به وجود آورد.آیا نقش مدیریت عالی کلیدی است؟ آیا احیای مجدد شرکت نایک و تنزل ری‌بوک به لحاظ برتریهای «فیل نایت» نسبت به «فایرمن» است؟ آیا موفقیت یک شرکت تقریبا "به تواناییهای مدیر آن بستگی دارد؟ چنین پرسشهایی بستر بحثهای طولانی توسط خبرگان است. چندین مؤلفه در این رابطه حائزارزش است. مورد عدم صلاحیت کاملا "آشکار و غیرقابل تشخیص است. هر مدیر شرکت بزرگ ممکن است گرفتار وضعیت دشوار باشد و درچنین صورت به عنوان یک فرد صلاحیت دار با اتخاذ تصمیمات لازم از سازمان خود دفاع کند. سوالی که در این میان مطرح است فرق و تمایز بین صلاحیت و عدم صلاحیت است. ارزیابی درست از آینده، آگهی و تبلیغات و شعار صحیح و پیداکردن موردهای ناب جهت روند جدید از ویژگیها و صلاحیت یک مدیر است.ما می دانیم که «نایت» موفقیت زیادی را کسب کرده است. بعد از مغلوب ساختن آدیداس، نایک را به عنوان بزرگترین سازنده کفشهای ورزشی برای

دومین بار در جایگاه بالای بازار قرار داد. آیا تواناییهای او به عنوان مدیرعالی شرکت نایک بیشتر از «فایرمن» است؟ آیا غیبت او به فروپاشی نایک منجر خواهدشد؟ممکن است سوال اساسی این باشد که آیا یک شخص می تواند متمایز باشد؟ شاید اگر شخص مصون از خطا باشد. اما «نایت» مصون از خطا نبود. او در اواسط دهه ۸۰ خطاهایی داشت.

*منبع: تدبیر

زمینه‌های جامعه‌شناسی مدیریت ورزش در ایران

"به بحث گذاشت که طی آن، دکتر محمد احسانی عضو هیات علمی گروه علوم ورزشی دانشگاه تربیت مدرس به سخنرانی پرداخت. وی در ابتدای سخنان خود یادآور شد: روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و حرکت‌شناسی ورزش به صورت آکادمیک، مدرن و مدون از سال ۱۹۶۰ ظهور پیدا کرده و به حدی پیشرفت کرده‌اند که اکنون دانشی مانند جامعه‌شناسی ورزش جزئی از ورزش شناخته می‌شود. به تعبیر دیگر، از آنجا که در شرایط فعلی، ورزش جدا از زندگی فرهنگی – اجتماعی نیست، ضرورت توجه مدیران به این مباحث دو چندان شده است.

احسانی با تاکید بر اینکه جامعه شناسی ورزش بیشتر بر فعالیت‌ها و الگوهای سازمانی و گروهی و نه فردی تمرکز دارد، گفت: در دنیایی که در آن مدیریت مدرن بر اساس مباحث نرم‌افزاری است، اکنون مدیریت منابع انسانی از جمله مهم‌ترین ارکان این علم در سطوح مختلف شناخته می‌شود و از آنجا که اساس جامعه‌شناسی ورزش نیز بر الگوهای مشارکت متمرکز شده، مدیر ورزشی حتماً باید هم از جامعه خود و هم از ورزش شناخت حرفه‌ای داشته باشد و بدیهی است که در چنین شرایطی، مدیر سیاسی در عرصه ورزشی به دلیل عدم شناخت حرفه‌ای نسبت به این دو مقوله نمی‌تواند موفق عمل کند.

وی همچنین با اشاره به نفوذ زیاد ورزش در دنیای امروز و سلطه آن بر رسانه‌ها و نیز قدرت آن برای جابه‌جایی منابع مالی وسیع در سطح جهان، تصریح کرد: در حالی که در چنین شرایطی مدیر ورزشی باید مسائل داخل و بیرون زمین ورزش را به خوبی بشناسد، متأسفانه عدم آگاهی مسئولان نسبت به این مسائل در ایران، باعث شده که امروزه در کشور خود با مشکلات فراوانی در این زمینه مواجه باشیم.

احسانی در عین حال ورزشکاران را به عنوان الگوهای جامعه معرفی و خاطرنشان کرد که الگوهای در دسترس به عنوان یکی از تأثیرگذارترین مراجع آموزشی در جامعه شناخته شده و بدیهی است که در این وضعیت، برنامه‌ریزی و الگوسازی درست یکی از مهم‌ترین وظایف مدیر ورزشی شناخته می‌شود و باید در نظر داشت که هیچ پدیده اجتماعی نمی‌تواند مانند ورزش، افراد مختلف را از طبقات گوناگون و با ایده‌ها و افکار متفاوت به سوی خود جلب کند.

وی همچنین افزود: ورزش در صورت مدیریت صحیح می‌تواند از تنش‌های اجتماعی بکاهد اما این در حالی است که در جامعه ما مشاهده می‌شود که عدم مدیریت مناسب این پدیده اجتماعی باعث گسترش تنش در فضاهای عمومی شده است.

دکتر احسانی در بخش دیگری از سخنان خود، به برخی جنبه‌های مثبت و منفی ورزش اشاره کرد و مواردی مانند مصرف مواد مخدر و نیروزا به دلیل غلبه جنبه‌های برد و باخت بر هدف اصلی ورزش، سوء استفاده از کودکان، نوجوانان و جوانان به اشکال مختلف در سطح جهان و اعمال فشار بر آنها با تمرین‌های سنگین به بهانه آماده‌سازی برای قهرمانی و همچنین به وجود آمدن اختلالات تغذیه‌ای در ورزش حرفه‌ای را از جمله جنبه‌های منفی این پدیده اجتماعی معرفی کرد و ضمن تاکید بر لزوم شناخت مدیران نسبت به این موارد، ضرورت تقویت برنامه‌های آموزشی ورزشی در رسانه‌ها و فراهم کردن ساز و کارهای مناسب‌تر برای ورزش بانوان به منظور تقویت سلامت بیش نیمی از اعضای جامعه و همچنین نسل‌های بعدی را مورد توجه قرار داد. او در این زمینه، فراهم کردن فضای رشد برای مدیران ورزشی خانم را از جمله مواردی معرفی کرد که به توسعه ورزش بانوان در کشور

کمک خواهد کرد.

وی همچنین لزوم توجه مدیران ورزشی به مسائل و جرایم مربوط به تماشاگران را از جمله موضوعات بسیار مهم در این حوزه دانست و مسئولان مربوطه را دعوت کرد که با آگاهی و شناخت نسبت به این موضوع و بهره گیری از محققان، در راستای کاهش این گونه مسائل و آسیب‌های اجتماعی گام بردارند.

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس، در عین حال گفت که معتقد است با توجه به شرایط فرهنگی- اجتماعی و وضع کلی ورزش در کشور ما، جامعه‌شناسی مدیریت ورزش باید بومی شده و بتواند ضمن بهره گیری از مطالعات غربی، مسائل مربوط به ورزش ایرانی را به خوبی تشخیص دهد؛ چرا که تنها در چنین شرایطی و با برنامه‌ریزی‌های دقیق در این زمینه است که مسئولان جامعه می‌توانند با کمک ورزش بر بسیاری از مسائل اجتماعی غلبه کنند.

احسانی در بخش پایانی سخنان خود، از جمله مهم‌ترین وظایف مدیران ورزشی را بر اساس دستاوردهای جامعه‌شناسی ورزش، لزوم شناخت مردم و نیازهای آنها در طبقات اجتماعی گوناگون و برنامه‌ریزی بر اساس آن دانست. او در خاتمه تاکید کرد که اشاعه ورزش در جنبه‌های مختلف آن، نوعی سرمایه‌گذاری اجتماعی بوده و هزینه کردن برای آن نوعی پیشگیری در جنبه‌های مختلف محسوب می‌شود که قطعا مفیدتر از درمان خواهد بود. بنابراین مدیران ورزش باید با خلاقیت و حساسیت و شناخت ارزش‌ها و سودمندی‌های ورزش در تمامی ابعاد آن، به صورتی هدفمند در راستای ترویج ورزش در تمامی سطوح جامعه گام برداشته و در مراحل بعد برای ورزش حرفه‌ای و قهرمانی نیز برنامه‌ریزی کنند و برای این دستیابی به این مهم، از علومی مانند جامعه‌شناسی بهره گیرند.

http://www.isa.org.ir/node/۱۵۷۷*

مأموریت ، اهداف و وظایف مرکز مدیریت ورزشی آکادمی ملی المپیک

داف و وظایف مرکز مدیریت ورزشی آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک

به کارگیری دانش مدیریت در سازمانهای ورزشی

olympic

مرکز مدیریت ورزشی، تحت نظر آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک به منظور به کارگیری دانش مدیریت در سازمانهای ورزشی و گروه های هدف آکادمی در سال ۱۳۸۶ (۲۰۰۷) تآسیس گردید . مأموریت :

۱. کمک به تحقق مأموریت آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک از طریق ارائه راهکارهای مدیریتی به سازمانهای ورزشی

۲.بهبود نگرش و ارتقاء سطح دانش و مهارتهای مدیریتی منابع انسانی گروههای هدف آکادمی اهداف : · تلفیق علم و عمل در عرصه مدیریت ورزشی گروههای هدف · ارائه راهکارهای مدیریتی در زمینه جذب ، نگهداری و ارتقاء منابع انسانی فدراسیونها و سازمانهای ورزشی · ارتقاء دانش و مهارت مدیریتی مدیران آکادمی و سازمانهای ورزشی هدف · ایجاد مرکز مدیریت ورزشی به عنوان مرکز آموزشهای مدیریتی خاورمیانه و غرب آسیا · ارتقاء مهارتهای مدیریتی سازمان تیم های ملی کشور · کمک به بهبود کیفیت خدمات سازمانها و فدراسیون های ورزشی وظایف : Ø ایجاد نظام آموزش منابع انسانی ورزش در مشاغل مختلف Ø جذب صاحبنظران و اندیشمندان عرصه مدیریت ورزشی از داخل و خارج کشور Ø برگزاری همایش ها ، کارگاهها و دوره های آموزشی مدیریت ورزشی Ø ارائه مشاوره های مدیریتی به سازمانهای ورزشی و گروه های هدف Ø تدوین کتب علمی – کاربردی ویژه مدیران و مربیان ورزشی Ø کمک به بهبود روند برنامه ریزی و نظارت استراتژیک در سازمانهای ورزشی Ø برقراری ارتباط و همکاری متقابل با سازمانهای داخلی و خارجی Ø ایجاد نظام داوطلبی ورزشی در

عرصـه ورزش کشـور Ø کمـک بـه بهبـود ساختـار و مهارتهـای مـدیریتی مـدیران باشـگاه هـای ورزشـی کشـور
*http://www.nopasmc.com/index.php?option=com_content&task=view&id=5&Itemid=6

المپیک و مدیریت اجرایی ورزش

۱۰:۵۱

المپیک و مدیریت اجرایی ورزش ... sport

ضعف در مدیریت ورزش

امیر حسین سرافرازیان

بازیهای المپیک تموم شد و به قول هادی ساعی رو سیاهیش به زغال موند. و باز هم همه دیدند که مسوولین ورزشی ما از یه برنامه ریزی ساده عاجز بودند چه برسه به برنامه ریزی استراتژیک چهارساله. مدیران درک درستی از همکاری تخصصهای مختلف برای آماده کردن ورزشکار ندارند. منتقدان ما تنها نقدهای احساسی به ماجرا دارند که هر ایرانی بالای ۱۴ سال قبلا حتما این حرفها رو بی کم و کاست در مسابقات دیگه ای مثل المپیک یا جام جهانی یا آسیایی شنیده، ورزشکار ما وسط زمین گیج بود و کاملا بی روحیه که نشون می داد بدون آمادگی روانی یه دفعه وارد گود شده و ...

چرا ما گرفتار این دور باطل در ورزش هستیم؟ جواب: ضعف در مدیریت ورزش

ورزش ما در یک حرکت پاندولی بین دو تز استفاده از مدیران کاملا ورزشی و به کارگیری مدیران غیر ورزشی در حرکته و هر کدام از این نظریه ها طرفداران خودشون رو دارند. کدام نظریه صحیحه؟

آیا یه مدیر دولتی یا صنعتی موفق مدیر ورزشی موفقی هم خواهد بود؟

از یک نظر ورزش هم یک سیستم اقتصادی اجتماعیه یه سری ورودیها داره، فرایندهای خاص خودش و البته خروجی که یکی از این خروجیها مدال و افتخار ملیه، درون این سیستم ذی نفعان وجود دارند که می بایست منافعشون تامین بشه، بخشهای اداری، مالی، بازاریابی و روابط عمومی و ... که در هر کسب و کاری وجود داره در ورزش هم وجود داره، چرا نباید یک مدیر حرفه ای موفق که شایستگیهای خودش رو ثابت کرده نتونه در ورزش هم موفق باشه؟

جوابش اینه که ورزش هم یک تخصصه مثل مهندسی، پزشکی، هنر و همانطور که هرکدام از این زمینه ها می تونن سر منشاء یک کسب و کار باشند. مثل یه شرکت مهندسی، یه کلینیک درمانی، یه نمایشگاه و گالری هنری و یا یه شرکت طراحی و گرافیک، ورزش هم می تونه زمینه یک کسب و کار و حتی در سطح کلان زمینه ساز یه صنعت باشه

حال که پذیرفتیم ورزش یک تخصصه و در عین حال یک سیستم اقتصادی-اجتماعی و از همه مهمتر یک کسب و کار و صنعت می بایست به دیدگاه ورزشیهای ما که معتقدند مدیر ورزشی ما می بایست از جنس ورزش باشه صحه بگذاریم و بپذیریم که اصل بر ورزشی بودن مدیران خواهد بود و مدیران ورزشی موفق یک استثناء خواهند بود مثل نمونه های موفق مدیرانی که از صنعتی به صنعت دیگه ای رفته و موفق هم بوده اند. اما در عین حال نمی شه از نداشتن سواد و مهارتهای عمومی مدیریت مدیران صد در صد ورزشی گذشت.

اینجاست که لزوم ایجاد MBA ورزشی احساس می شه، دوره هایی اختصاصی برای مدیران ۱۰۰٪ ورزشی ما که در کنار تخصص ورزشی در جهت ایجاد و ارتقاء سواد و مهارت مدیریتی گام بردارند. مثل دوره های مدیریت بیمارستانی، مدیریت حمل و نقل، مدیریت شهری و ...

در این صورت مدیر ما می دونه که برای موفقیت در المپیک می بایست تفکر استراتژیک داشته باشه و برنامه ریزی استراتژیک ۴

ساله داشته باشه، مربی ورزشی ما دیگه نمی گه ورزشکار ما جیگر نداشت که باخت بلکه می دونه که ورزشکارش به عنوان یک منبع با ارزش انسانی از لحاظ آمادگی روانی و فکری به اندازه آمادگی جسمی آماده نشده بوده و برای موفقیت ورزشکار ما تیمهای مختلفی مثل بخشهای مختلف یک سازمان تجاری با هم همکاری کنند. مدیر ورزشی ما در این صورت از حداقل قوانین حقوقی و بین المللی باخبر خواهد بود و تیمی که یک سال زحمت کشیده تا قهرمان شده رو به راحتی با دست خودش از حضور در مسابقات بین المللی حذف نمی کنه. و این همه مسابقات تدارکاتی به علت اینکه بلد نبودیم یه قرارداد جامع و کامل و بدون اشکال تنظیم کنیم لغو نمیشن. مدیر ورزشی با تحصیلات مرتبط می دونه که چطور مجموعه تحت مدیریت خودش رو به سودآوری برسونه و ورزش تنها گوش شکسته و بازی توی زمین خاکی و خاطرات امجدیه و عرق پیراهن نیست.

از نظر بنده یک مدیر ورزشی علاوه بر اینکه مثلا در مورد فوتبال تخصص داره ، نیاز به آگاهی از حوزه هایی مثل برنامه ریزی و تفکر استراتژیک، حقوق، مدیریت مالی و حسابداری، سازماندهی، مهارتهای رهبری و هدایت، روانشناسی، زبان خارجی و بالاخره بازاریابی برخوردار باشه و دوره های MBA ورزشی حول این حوزه ها باید بچرخند.

*http://mbairan.persianblog.ir

مکمل های بدن سازی

فند ۱۳۸۷ ، ۱۲:۴۵

مکمل های بدن سازی... sport

تغذیه ورزشی این روزها بیشتر جوانان به پرورش عضلات و ماهیچه های بدن خود علاقمند شده اند و بسیاری از آنها بدون مشورت با پزشک یا متخصص تغذیه، مکملهای غذایی مصرف می کنند. در این نوشته سعی می کنیم شما را با انواع آنها آشنا کنیم، اما تاکید می کنیم مصرف آنها نباید بدون مشورت با متخصص صورت بگیرد.اولین نکته ای که باید مورد توجه شما قرار داشته باشد آنکه است که یک ورزشکار لزوماً نباید از مکمل های غذایی برای پرورش عضلات و ماهیچه های خود استفاده کند، هر چند استفاده از آنها می تواند به او کمک کند تا این کار را با سرعت خیلی بیشتری انجام دهد.

مکمل ها در یک تعریف ساده ابزارهایی برای افزایش توانایی ساختن ماهیچه در بدن ورزشکار هستند. در غالب موارد، افراد با مولتی ویتامین ها، پروتئین و کراتین مصرف آنها را شروع می کنند. (کراتین نوعی از اسیدهای آمینه است که منبع انرژی برای بدن محسوب می شود که راجع به آن توضیح خواهیم داد.) چندین نوع مکمل غذایی وجود دارد که می توانند به رشد، ترمیم و بازسازی ماهیچه ها کمک کند، که در اینجا فهرستی از بهترین انواع این مکمل های غذایی ارائه می شود : Protein Creatine Glutamine Multi-Vitamin HMB Prohormones Flavones (Methoxy, Ecdysterone) ZMA حال اجازه دهید توضیح مختصری راجع به هر کدام از این مکمل ها ارائه کنیم. پروتئین :منشاء پروتئین آمینو اسیدها هستند و آمینو اسید اساسی ترین رکن ساختمانی ماهیچه است، بنابراین پروتئین ضروری ترین عنصر در ساختمان ماهیچه محسوب می شود و بدون آن بدن نمی تواند ماهیچه سازی کند. یک فرد معمولی روزانه حدود ۲-۱ گرم پروتئین برای هر یک پوند (حدود ۴۵۰ گرم) از وزن بدنش نیاز دارد؛ بنابراین یک فرد متوسط با وزن تقریبی ۷۰ کیلوگرم، باید روزانه بین ۱۵۰ تا ۳۰۰ گرم پروتئین مصرف کند. پودرهای پروتئینی که با آب یا شیر مخلوط می شوند معمولاً از انواع مناسبی هستند که کیفیت بالایی دارند و شما می توانید از آنها استفاده کنید. اما نکته مهم آن است که چندین نوع پروتئین وجود دارد و باید دید که هریک به چه کاری می آیند، Whey (مثل پروتئینی که در کشک وجود دارد)، Soy (پروتئین سویا)، Egg (پروتئین تخم مرغ) و Casein (ماده پروتئین شیر) و... سئوال اینجاست کدام یک از آنها بهتر است؟

کاملاً بستگی به این دارد که شما کی و چگونه می خواهید از آنها استفاده کنید. اساساً پروتئین های مایه پنیر یا همان Whey در بین مکمل های غذایی برای استفاده بعد از تمرین مناسب نیستند، چرا که آنها در زمانی که بدن شما بیش از هر وقت دیگری به پروتئین نیاز دارد استفاده می شوند. این نوع پروتئین بسیار سریع هضم می شود (حدود ۳۰ دقیقه) و ۱۰۰٪ بهینه عمل می کند و یکی از بهترین محصولات مکمل غذایی است. Casein یا همان ماده پروتئین شیر بسیار دیر هضم می شود (بالای ۲.۵ تا ۵ ساعت) به این معنی که استفاده این پروتئین به عنوان یک مکمل غذایی قبل از خواب بسیار خوب است چون در هنگام خواب بدن شما یک مدت طولانی را بدون پروتئین در طول شب سپری می کند. پروتئین تخم مرغ (سفیده آن) به شیوه متوسطی هضم می شود (بین ۱.۵ تا ۳ ساعت) و برای همه زمانها پروتئینی بسیار مفید است و می تواند برای ترشح مداوم آمینو اسیدها در بدن کمک کند. پروتئین Soy یا همان سویا دوست خوبی برای گیاه خواران است چون این پروتئین تنها پروتئینی است که منبع آن از گیاهان است. سویا یک پروتئین خوب و کامل است، اگر چه به تاثیر گذاری پروتئین های دیگر مثل شیر و سفیده تخم مرغ نیست. علاوه بر این سویا یک ماده بسیار مفید برای سلامت خانم ها شناخته شده است. مکملهای پروتئینی یا بطور مستقیم همین پروتئین هایی که ذکر کردیم هستند و یا بصورت ترکیبی از این پروتئین ها ساخته می شوند. اما آن چه چیزی است که یک پروتئین ترکیبی می تواند ارائه دهد ولی پروتئین هایی که از آنها نام بردیم به تنهایی نمی توانند؟ پاسخ، تفاوت در سرعت هضم پروتئین است. در واقع پروتئن های ترکیبی در هر زمانی می توانند مصرف شوند، برای هضم های سریع، متوسط و یا جذب طولانی مدت در بدن. کراتین :آمینو اسید کراتین برای حجم دادن به ماهیچه ها بسیار خوب عمل میکند. این واقعه بطور طبیعی در بدن اتفاق می افتد و بسیار بی خطر و موثر برای همگان است مخصوصا اگر شما تا به حال از آن استفاده نکرده باشد. نکته اساسی که در کراتین وجود دارد این است که کراتین قابلیت افزایش ATP (منبع اصلی انرژی ماهیچه ها) را دارد، بنابراین شما با مصرف صحیح آن می توانید تعداد حرکات، ست ها و وزنه های ورزشی خود را افزایش دهید و به تبع آن بافت های ماهیچه خود را بیشتر رشد دهید. کراتین باید در یک چرخه زمانی مشخص و درست مصرف شود، بسیاری از افراد نتایج خوب را از مصرف این مکمل برای حدود ۴ هفته گرفته اند. کراتین انواع مختلف دارد، کراتین خالص مونوهیدرات، پودر کراتین مثل پودر کراتین HDT ...، و فرمولهای خاص کراتین برای مصرف در مواردی ورزشکار انسولین مصرف می کند و ... خب اما کدام یک برای مصرف مناسب تر هستند؟ مکمل های غذایی کراتین که داخل آن دکستروز، آمینوها و دیگر مواد مناسب وجود دارد معمولاً در حالت کلی نتیجه بهتری حاصل می کنند. فراموش نکنیم که ارزش تاثیر گذاری یک پودر کراتین خوب همراه با آب انگور می تواند بهتر باشد. نکته دیگر اینکه کراتین را بهتر است بعد از ورزش مصرف کنید.

گلوتامین :گلوتامین بیشترین آمینو اسید موجود در بافت ماهیچه است. این ماده از کم کاری ماهیچه ها جلوگیری می کند و ترمیم آنها را بهبود می بخشد. در واقع پس از ورزش هر چه بهتر و سریعتر به حالت اولیه خود برگردید بهتر و قوی تر میتوانید به ورزش ادامه دهید. گلوتامین را نباید همزمان با کراتین استفاده کرد، چون در این حالت آنها با هم در جذب شدن رقابت می کنند. گلوتامین را قبل از ورزش و کراتین را پس از ورزش مصرف کنید. مولتی ویتامین ها :هرگزنباید مولتی ویتامین را فراموش کرد. با وجود آنکه معمولاً آنها را خیلی ساده بحساب می آورند، ولی بسیار بسیار مهم هستند. اگر شما کمبود یک ویتامین یا مینرال (ماده معدنی) داشته باشید این موضوع حتما مانع پیشرفت شما در ورزش خواهد شد. مولتی ویتامین های خوب برای پیشرفت در حجم دادن به ماهیچه هایتان بسیار ضروری است علاوه بر اینکه برای سلامتی شما نیز می توانند مفید باشند. یکی از انواع ضعیف و مورد علاقه عموم، مولتی ویتامین ۲۴ Eclipse's Complex است و یک نوع قوی تر آن Multi-Pro ۳۲X است. شما باید پس از مشورت با متخصص و پزشک، نوع مناسب بدنتان را حتما در رژیم غذایی خود قرار دهید. اگر روزانه مقدار زیادی میوه و سبزیجات استفاده می کنید نوع ضعیف آن برای شما مناسب خواهد بود. هر چند نوع قوی تر آن برای آنکه دیگر مطمئن شوید که

هرآنچه نیاز دارید به بدنتان میرسد، می توانید استفاده کنید. به علاوه ورزشکاران و کسانی که تمرینات سخت بدنسازی انجام می دهند به ویتامین ها و مواد معدنی بیشتری نیاز دارند. HMB: HMB یک مکمل غذایی بسیار خوب است. HMB ماده ای است که بر اثر سوخت و ساز اسیدهای آمینه در بدن بوجود می آید و تاثیر عمیقی بر افزایش ماهیچه ها و محافظت از آنها دارد و حتی می تواند در از بین بردن چربی ها نیز به بدن کمک کند. پروهورمونها :تکنولوژی تهیه هورمون های مختلف سالهاست که در حال پیشرفت است. پروهورمون ها اساسا برای افزایش هورمونهای آنابولیک (فرآیند متابولیکی که به سنتز مواد منتهی می شود) در بدن بکار می روند. پروهورمونها برای خانم ها و نوجوانهای زیر ۱۸ سال توصیه نمی شود و بهترین انواع رایج آنها عبارتند از : Ergopharm ۱-AD Higher Power Megabol-X Higher Power Anabol-X Higher Power ۴-Diol Ergopharm Nor-Andro Spray Syntrax FUZU ۳۰۰ آنابولیک فلاون (متوکسی ، اکدیسترون و غیره) :... فلاون ها به دسته ای از مواد تعلق دارند که منشا گیاهی داشته و جزو مواد غذایی نیستند اما در سلامت انسان تاثیر بسزایی دارند. در این میان متوکسی فلاون و اکدیسترون آخرین و پیشرفته ترین مکمل های غذایی برای بهبود آنابولیک هستند. آنها فلاون های غیر هورمونی هستند که بطور طبیعی ترکیب پروتئین ها، نگهداری نیتروژن و رشد ماهیچه ها را افزایش می دهند. ترکیب آنها با پروتئین بسیار خوب عمل می کند چون جذب پروتئین را افزایش می دهند. برای استفاده از اکدیسترون ضعیف Syntrax Syntrabol انتخاب خوبی است. بعضی از کمپانی ها پروتئین را با متوکسی ترکیب می کنند. ZMA :آخرین و مطمئنا کوچکترین مکمل غذایی در این لیست ZMA است. ZMA مخفف Zinc Magnesium Aspartate به معنی روی منیزیم و اسپارتیت (نوعی اسید آمینه) است، در واقع ZMA ترکیب روی، منیزیم، اسپارتیت و ویتامین B۶ است. این مکمل غذایی شامل ویتامین و مینرال ها، برای افزایش نیرو، تستوسترون و پیشرفت ترمیم و خواب بسیار سودمند است.

*http://sport۱۳.persianblog.ir/post/۱۲/

مدیریت ورزش

sport ...

مدیریت ورزش یکی از رشته های تخصصی در حوزه تربیت بدنی است

مدیریت ورزش یکی از رشته های تخصصی در حوزه تربیت بدنی است که این حوزه علمی می تواند نقش مهم و کلیدی در رشد و توسعه ورزش ملی، محلی و خصوصی در ابعاد مختلف داشته باشد. در سال های اخیر توجه نسبتاً خوبی به این گرایش علمی در حوزه تربیت بدنی شده است. راه اندازی گرایش مدیریت ورزشی در سطوح کارشناسی ارشد و کارشناسی دانشگاه های مختلف، نویدبخش این امر خواهد بود که در آینده ای نزدیک افراد زیادی به عنوان مدیر ورزشی به صورت علمی تربیت خواهند شد. هرچند توقع نمی رود که همه این گروه مدیر ورزشی باشند ولی تلاش و تفکر آنها می تواند در بسیاری از تصمیم گیری ها و تصمیم سازی ها نقش مهمی داشته باشد. خوشبختانه در سال های اخیر، همایش های علمی تخصصی در حوزه مدیریت ورزشی نیز در کشور راه اندازی شده است. در همایش های تخصصی مدیریت ورزشی که درچند سال اخیر برگزار شده است به خوبی می توان شاهد رشد این گرایش بود. زمانی برای برگزارکنندگان اولیه این همایش تخصصی، دغدغه اصلی ارائه مقاله های مرتبط با مدیریت ورزش به اندازه کافی بود اما در آخرین همایشی که چهارشنبه و پنج شنبه هفته گذشته در آکادمی ملی المپیک برگزار شد بنا به گزارش دبیر علمی این همایش آقای دکتر حبیب هنری از متخصصان این رشته، تعداد مقالات ارسال شده به قدری زیاد بود که تا به حال سابقه نداشته است. گزارش دبیر اجرایی همایش دکتر علیرضا الهی نیز حاکی از استقبال کم نظیر حاضران در این

همایش بود که در مقایسه با سایر همایش های مشابه، حضور برتری را نشان می داد. در مجموع تمامی قراین حکایت از رشد کمی و کیفی جایگاه تخصصی مدیریت ورزشی به صورت علمی در کشور دارد که امید می رود با تخصصی و کاربردی تر شدن مطالعات و برگزاری همایش های تخصصی تر در رشته ها و امور اجرایی ورزش، این گونه رویدادها به عنوان بسترساز، تصمیم گیری های مناسب در امور اجرایی ورزش باشد. این مسأله پیشنهادی بود که حتی رییس سازمان ورزش در مراسم افتتاحیه و دبیرکل کمیته ملی المپیک در مراسم اختتامیه به عنوان متولی اصلی همایش به رییس آکادمی ملی المپیک کشورمان آقای دکتر حمیدی پیشنهاد کردند. به هر حال رویداد هفته گذشته گام بسیار امیدبخشی برای تمام کسانی است که با عشق و علاقه در رشته مدیریت ورزشی تحصیل می کنند. نتایج این همایش این امید را تقویت کرد که به زودی رشته مدیریت ورزشی و تحصیلکردگان آن بتوانند نقش مؤثری در توسعه ورزش کشور ایفا کنند.

*http://sport۱۳.persianblog.ir

چالش های فرهنگی ورزش و شکست المپیک

sport ...

ایرانی جماعت از دیرباز اسطوره ساز بوده

سعید فائقی

ایرانی جماعت از دیرباز اسطوره ساز بوده و در همه ادوار گذشته اسطوره زمان خود را خلق کرده و همین امر موجب شده قهرمانان در کنار آیین ها و نمادها و ارزش ها از پایه ها و ستون های فرهنگی این مرز و بوم قرار گیرند و به همین علت پهلوانی ریشه در تاریخ ما دارد و همواره سرنوشت جامعه ما با سرنوشت پهلوانان گره خورده و همواره با آنها و خاطرات آنها زندگی می کنیم و این علاقه مندی یا بهتر بگوییم عشق به اسطوره موجب شده هر گاه ناکامی داشته ایم روان جامعه به درد آمده و جامعه ایرانی دچار افسردگی شده و همین امر شرایطی فراهم آورده است که مدیران و مسوولان ارشد کشور هر آنگاه که رویداد بزرگی در عرصه قهرمانی صورت می گیرد، از این عشق و علاقه نهایت استفاده را بکنند و در سال های اخیر به نوعی سرنوشت خود را به سرنوشت قهرمانی ها گره زده اند. هنگام برگزاری انتخابات ها عملکرد و امضا و... قهرمانان زینت بخش پوسترها و تراکت ها و... تبلیغاتی می شود و هر گروه و دسته و حزبی تمام تلاش خود را جذب قهرمانان برای تبلیغ به کار می گیرد و چون قهرمانان مورد قبول مردمند، برای رونق انتخابات این عزیزان در تیررس احزاب و گروه ها و دسته ها قرار می گیرند. به همین دلیل حزب و گروه و دسته حاکم تلاش در استفاده بیشتر از این موضوع دارد و به این علت در گزارش های مسوولان اجرایی ورزش و قهرمانی یکی از پارامترهای مهم تلقی می شود و در کنار آن جامعه رسانه بسیار قدرتمندی در این حوزه به دلیل مردمی بودن آن و نیز علاقه مندی سیاستمداران و کارگزاران اجرایی شکل گرفته است. از آنجایی که قرار نیست در حوزه فرهنگ - که اتفاقاً ورزش هم در آن حوزه قرار دارد- یک مهندسی تمام عیار صورت گیرد و ارزش ها و آیین ها و نمادهای مثبت نهادینه شوند و البته جامعه به لحاظ قهرمانی در جایگاه اصیل فرهنگی خود قرار گیرد، مسائل معروضه در بالا چالش های جدی فرهنگی را موجب می شود که هنگام ناکامی و شکست علائم آن بروز می کند و جامعه دچار آسیب جدی می شود و تازه در این زمان فرار از زیربار شکست و آثار ناشی از آن شروع می شود و هر کسی به نوعی به فکر تبرئه کردن خود می افتد «و کی بود کی بود؟ من نبودم» می شود اصل. و فراموش می کنیم که چرا چنین شده و تا زمانی که در این امر غور نکنیم و ریشه یابی نشود وضع به همین منوال خواهد بود. امیدوارم بتوانم در سرفصل های کلی مشکلات را معروض بدارم.

الف- چالش رویا: اعتقاد به اسطوره، ما ایرانیان را به رویا می برد. این امر همه ما را شامل می شود از جمله در مورد ورزش. اگر

یکی، دو ماه قبل از شروع بازی های المپیک دچار درشت نمایی شده بودیم، از همین چالش نشأت می گیرد. مخصوصاً بعد از بازی های آسیایی قطر ما دچار غلو شدیم و شعارهایمان تا حد کسب مقام سومی آسیا ارتقا پیدا کرد. ملاحظه بفرمایید سال هاست همه عادت کرده ایم حرف خوب زیاد می زنیم و بیشتر در آرمان هایمان غوطه وریم.

در دنیای برنامه ریزی از آرمان هدف می سازند، از هدف به ماموریت ها می پردازند و سیاست اجرایی را مشخص می کنند و منشور تدارک می بینند و نهایتاً برنامه کوتاه یا میانه یا بلندمدت را مدنظر قرار می دهند و به اجرا می پردازند. اما ما چون رویایی هستیم، فقط در آرمان متوقف می مانیم و اگر امروز در المپیک نتیجه نگرفته ایم، ریشه در همین امر دارد و مسوولان ارشد ورزش کشور در خیالات و آرزوهایشان بودند و برای کسب نتیجه کمتر به امور دیگر پرداخته اند و متاسفانه شد آنچه نباید می شد.

ب- چالش احساس: ورزش در حوزه احساس قرار دارد و تولید احساس می کند و ما ایرانیان که انسان هایی احساسی هستیم، تولید احساس توسط ورزش، احساسات ما را تشدید می کند. باز مدیران هم مستثنی از این امر نیستند و احساس تولیدشده در ورزش آنها را به شدت تحت تاثیر قرار می دهد و موجب می شود احساسی عمل کنند و غفلت کنند از اینکه قهرمانان برای اخذ نتیجه نیاز دارند در تعادل سه سطحی قرار گیرند و جسم و خرد و روان شان باید در شرایط مسابقه قرار گیرد. احساسی شدن مدیران به لایه های پایین سرایت می کند و تعادل سه سطحی را بر هم می زند یعنی در حقیقت در بعضی موارد مدیران ناخواسته مبادرت به اعمالی می کنند که با دست خود اخذ نتیجه را با چالش مواجه می سازند. حوزه ورزش در حوزه شهرت است و شهرت تیغ دولبه ای است که هم محبوبیت به همراه دارد و هم منفوریت. ما در خیلی موارد به خاطر شهرت ورزشی اعمالی را انجام می دهیم که منجر به نفرت می شود.

حوزه رسانه ای ورزش حوزه قدرتمندی است و مدیران ورزش در معرض دائمی حوزه رسانه اند و برای تحریک احساس با رسانه هم احساسی برخورد می کنند و خود این برخورد احساسی به جامعه تزریق می شود و به تدریج اثرات خود را بر جا می گذارد و چون به اوج می رسد، همراه با مشهوریت، منفوریت را تزریق می کند و در نتیجه ناکارآمدی به سرعت خود را نشان می دهد. شاید در سایر حوزه ها اینچنین به سرعت مدیران تخریب نشوند. مثلی در ورزش است که می گویند مدیریت در ورزش عبور از لوله بخاری است؛ سفید وارد می شوی و سیاه خارج می شوی. اگر قدری منصف باشیم، باید اذعان کنیم که ارزیابی عملکرد مدیران در حوزه ورزش هم احساسی است.

ج- چالش عقل: چالش احساس و رویا عقلانیت را به حداقل کاهش می دهد و ورزش پدیده مدرن و زاییده جهان صنعتی است. امروز نمی توان با دیدگاه سنتی ورزش را اداره کرد. اگر به چارت تشکیلاتی و ساختار سازمان ورزش ما دقت شود، ملاحظه خواهد شد که به طور سنتی اداره می شود و عقل جمعی در آن کمتر به کار گرفته شده و می شود. حرفه ای گری در پایین ترین سطح و لایه قرار دارد یا به عبارت جامع تر اصلاً جامعه ما طبقه تولید ندارد که لایه ورزش در درون آن طبقه شکل گرفته باشد. اگر صاحبان رتبه در المپیک پکن را نگاه کنیم، در ردیف یک تا ۲۰ صاحبان سکو و مدال به جز یکی، دو مورد استثنا، کشورهای توسعه یافته و صنعتی را ملاحظه خواهیم کرد. ما تا زمانی که از توسعه نیافتگی رنج می بریم، نباید انتظار داشته باشیم که ورزش ما در اوج باشد. حجم کوچک اقتصاد ما توان حرفه ای شدن در ورزش را ندارد و به همین علت هستی ورزش را در دولت جست وجو می کنیم. گرچه در سال های اخیر با تدوین برنامه جامع و راهبردی در ورزش گام اول را برداشته ایم اما متاسفانه مدیران سنتی طرح را به محاق فراموشی سپردند و با بازگشت به عقب خواستند دوباره ورزش را با عقل فردی اداره کنند. در دنیای فوتبال این امر برتابیده نشد و منجر به محرومیت فوتبال ما شد و ناچار مدرنیته و عقل جمعی را پذیرفتیم اما اتفاقاً همین موجب تضعیف مدیریت کمیته ملی المپیک ما شد چرا که دبیرکل ما رئیس فدراسیون هم شد. هر اندازه ما در این بخش غور کنیم، بیشتر نقاط ضعف ما نمایان خواهد شد. از سوی دیگر از سال ۱۹۴۸ که در المپیک پکن حضور پیدا کرده ایم، کمتر در جهت مدرن کردن

مدیریت گام برداشته ایم. گرچه کلاس های مدیریت سولیداریتی را در سطوح مختلف برگزار کرده ایم، اما هیچ گاه نحوه مدیریت مان را با مدیریت المپیک هماهنگ نکرده ایم. فقط در دوره ای در زمان ریاست جناب مهندس هاشمی طبا این اتفاق به وقوع پیوست که تحمل نکردیم و با کنار زدن ایشان سمت و موقعیت خود را هم از دست دادیم.

د- چالش علم و زمان: ورزش پدیده ای فراعلمی است و حداقل نگاه علمی به ورزش داشتن متدولوژی برای مدیریت زمان است به لحاظ فرهنگی. ما هیچ فرصتی را برای زمان سوزی از دست نمی دهیم و باز به لحاظ فرهنگی روش علمی را کمتر به کار گرفته ایم، علی الخصوص در ورزش. و بدتر از همه اینکه نیازهایمان به علم در ورزش تعریف نشده است. با اینکه طرح جامع ورزش را تدوین کرده ایم ولی نقشه علمی جامع ورزش خود را فراموش کرده ایم. عادت کرده ایم زمان را از دست بدهیم. امروز همه به نقد نتیجه المپیک نشسته ایم اما دو ماه دیگر همه چیز به دست فراموشی سپرده خواهد شد و باز تا چهار سال دیگر در همین نقطه توقف خواهیم کرد.

اینکه عرض می کنم مدیریت علمی را کمتر به کار می بریم، ملاحظه بفرمایید میزان تحصیلات علمی روسای فدراسیون های کشتی ورزش اول کشور و مدال آورترین ورزش المپیک ما در ۳۰ سال گذشته میانگین از دیپلم بالاتر نرفته است. این امر را به سطوح تخصصی پایین تر هم اگر اشاعه دهیم، وضع بسیار بدتر خواهد بود. مستندات کتابخانه ای، تطبیقی، آماری و... را در مجموعه ورزش مان یا نداریم یا کمتر داریم. اگر دنیای امروز مدیریت هوشمند را در ورزش به کار گرفته است، ما اهمیتی به تخصص در ورزش نمی دهیم. برای مثال این حقیر چهار سال رئیس فدراسیون وزنه برداری بودم و هشت سال معاون ورزشی سازمان تربیت بدنی و تحصیلاتم مهندسی مکانیک بوده است و بعد از ۱۲ سال تجربه تازه یاد گرفته بودم که باید با ورزش خداحافظی می کردم. امروز وضع بسیار بدتر از آن روز است و مدیریت دست کسانی است که بیگانه تر از دوران ما با ورزش هستند.دفتر ملی مدیریت و توسعه ورزش کشور داریم، سال هاست مدارس عالی ورزش و دانشکده های ورزشی تا سطح درجه دکترا در کشورمان است اما چرخه ارتباطی مناسبی بین سطوح اجرایی و علمی وجود ندارد. و سخن خلاصه کنیم؛ تا این چالش ها وجود دارند و تا مدیریت کم کارآمد در ورزش هست، بهتر از این نمی توان نتیجه گرفت. ان شاءالله به خود آییم و از رویا و احساس به در آییم و با علم و عقلانیت ورزش را به سرمنزل مقصود برسانیم. * http://www.sarmayeh.net/ShowNews.php?۱۴۵۳۰

جودو ورزش ماندن مقابل رقبای بزرگ

۱

جودو ورزش ماندن مقابل رقبای بزرگ... sport

کاربرد جودو در صنایع و بازار

دکترحمید رضا سعید نیا- مهدی بنی اسدی چکیده:

شرکتها برای دستیابی به موقعیت بهتر در ابعاد جهانی و محلی، با توجه به شرایط پیرامونی و وضعیت همتایان خود و مهمتر از همه قابلیتها و ظرفیتهای خود در بازار باید با دیدی عمیقتر به فعالیت بپردازند . در این زمینه ورزش جودو و تکنیک‌هایش چند سالی است که نظر محققان و کارشناسان بازاریابی را به خود جلب کرده است . در این مقاله سعی شده تا به کاربرد این ورزش در صنایع و بازار پرداخته شود.مقدمه ورزش «جودو» یکی از ورزشهای قدیمی در کشور ژاپن و بنیانگذار آن استاد «کانو» است. واژه «جودو» از ترکیب دو کلمه" جو "به معنای ملایمت ، و واژه" دو "به معنی اصل و یا روش است .لغت"جو "از ورزش «جوجیتسو» مشتق شده که توسط سامورائی ها مورد استفاده قرار می گرفت . پس جودو را تحت عنوان" روش ملایمت "ترجمه کرده‌اند. استاد کانو، جودو را آمیزه ای ا ز قدرت و هنر توصیف کرد که در آن به شما می آموزد، چگونه از قدرت رقبا علیه خود آنها استفاده کنید و

جودوکار یاد می گیرد چگونه درصدد اجرای حمله به‌موقع در طول مدت مسابقه باشد . جودوکار در حین مسابقه می آموزد به‌دنبال نقاط ضعف حریف بوده و آماده باشد که با تمام قوا به اوحمله کند. البته نکته اصلی در طول مسابقه، به‌کارگیری مقدار صحیح قدرت مورد نیاز است.در این ورزش یک آدم ضعیف و سبک وزن با استفاده از فنون جودو می‌تواند یک هرکول قدرتمند را بر زمین بزند و بر او غلبه کند یعنی یک فرد کوچک اندام با استفاده از اصول" یاوارا "می‌تواند مرد قوی هیکلی را پرتاب کند ویا به نحو موثری از قدرتش برای خنثی کردن قدرت یک مرد قوی هیکل استفاده کند . این اصول و تاکتیک‌ها باعث شد که محققان بازاریابی از جودو به عنوان یک پدیده ورزشی در بازار استفاده کنند و به شرکتهای کوچکتر رمز بقا و غلبه بر حریفان قدرتمند را بیاموزند، به گونه‌ای که در مقابل آنان زانو نزده، و به جنگ تن به تن با آنها بپردازند . پیشینه موضوعچندین سال پیش زمانی که یوفی و مری کواک (Yoffie & Mary Kwak) استادان دانشگاه هاروارد به کشور ژاپن رفتند، آقای Yoffie درآنجا به سختی به تب مخملک مبتلا شد و در رختخواب افتاد و در طول مدت بیماری، بدون اینکه بتواند کاری انجام دهد به تماشای تلویزیون پرداخت. همزمان در یکی ا ز شبکه‌های تلویزیون مسابقاتی پخش می‌شد که در آن مردانی که به ورزش جودو و کشتیsumo می‌پرداختند، کیسه های سنگین ۳۰۰ پوندی را بر روی شانه های خود گذاشته، و به هم تنه می زدند، و هر کدام که قویتر بود تعادل خود را حفظ می کرد و به زمین نمی خورد. این اتفاق ذهن پروفسور را به تکاپو انداخت و شروع به مطالعه جدی و عمیق، درباره ورزشهای رزمی در کشور ژاپن پرداخت و تصمیم گرفت که از این ورزشها به عنوان یک استعاره در تجارت استفاده کند به‌نحوی که در آن نیرو و قدرت رقیب به عنوان یک مزیت برای ما محسوب می‌شود. جودو بر حرکات ساده و ابتدائی متمرکز است، ولی دارای یک فلسفه قوی و قدرتمند است که برای شکست رقبا، از قدرت و اندازه رقیب، برای غلبه بر او استفاده می کند. محققان و اندیشمندان معاصر، برای نشان دادن اینکه چگونه یک مدیرمی‌تواند اصول و قوانین شرکت را با تمرکز بر روی مهارت، برای موفقیت شرکت گسترش دهد، از شرکتهای بزرگ و کوچک استفاده کرده اند. جودو می تواند جعبه ابزار مفیدی را از نظر چگونگی و زمان استفاده از تکنیک‌های مربوطه برای مدیران فراهم سازد. هدف از کاربرد جودو در تجارت فقط به‌دست آوردن بخش کوچکی از بازار نیست، بلکه هدف اصلی آن رشد مستمر و دائمی شرکت است. اصول جودو در جودو ۲ نوع مهارت کلی وجود دارد :-۱ فنون تکنیکی : مجموعه حرکات دقیق که برای غلبه برحریف در پی هم می آیند.-۲ فنون تاکتیکی : خلق شرایطی که می توان تحت آن شرایط، فنون تکنیکی را به خوبی به‌کار برد. فنون مذکور بر اساس ۳ اصل مهم قرار دارد که به شرح هرکدام از آنها می پردازیم :اولین اصل، اصل حرکت: در جودو مهمترین نکته برهم زدن آرامش فکری حریف و سپس قراردادن خود در بهترین موقعیت برای حمله است و لازمه این امر حرکت دادن حریف به‌روی تاتامی (تشک مخصوص جودو) و ایجاد موقعیت دلخواه خود است. زیرا بی ثباتی و از بین بردن مرکز ثقل و ایجاد تزلزل در حریف کلید رمز پیروزی در اجرای یک تکنیک صحیح و قوی است. بدن حریف را باید در یکی از جهات اصلی و یا فرعی از تعادل خارج کرد. حریف را به‌وسیله حرکت دادن بدن خود بکشید و یا هل دهید، اگر حریف مقاومت کرد، مقاومت نکنید وبا او حرکت کنید. در دنیای کسب وکار تجارت از این مطلب این گونه استفاده می شود: حرکت به سمت رقبا، برای از بین بردن مزیتهای ابتدائی آنها . نمونه آن شرکت سونی - اریکسون است که برای اجرای این اصل از رویه های زیر استفاده کرد.! حرکت سریع به زمینه های غیر رقابتی و دوری جستن از تعارضا تی که به سرشاخ شدن با رقبا منجر می شود، و برای این منظور شرکت به سمت محصولات جدیدی حرکت کرد که درفضای رقابتی شرکت تعریف شده بود؛! حرکت به سمت مدل‌های قیمت گذاری جدید که رقبا قادر به تقلید نبودند؛! نوآوری در سیستم توزیع که با رقبا متفاوت بود. همچنین این شرکت در سال ۱۹۹۹ به محض ورود به بازار چین اجرای برنامه های استراتژیک خود را بااستفاده از تاکتیک‌های جودو دنبال کرد که عبارت بودند از:*خلق و افزایش تقاضای محلی؛*بومی کردن محصولات؛ *تولید محصولاتی با قیمت کم و متوسط تا اکثر افراد توانائی خرید داشته باشند؛ *تمایز نام تجاری شرکت به‌طور واضح از سایر رقبا، و تاکید بر

ویژ گیهای منحصربه‌فرد تمامی کالاها و ایجاد یک کانال فشرده فروش و خلق بازار هدف برای هر نام تجاری.دومین اصل، اصل انعطاف پذیری و یا تعادل: به مشابه درختی است که در طبیعت با وزش بادی قوی از ریشه کنده نمی‌شود، بلکه با جریان باد هماهنگ می شود. فرض کنید مردی با قدرت جسمانی عدد ۱۰ در مقابل شما ایستاده است و قدرت شما نیز ۷ است. اگر او شما را به‌شدت هل دهد، مطمئنا به عقب می روید و به‌زمین می خورید، اما اگر به‌جای مخالفت با قدرت حریف، تا حدی در مقابل هل دادن او مقاومت نکرده و خود را به عقب بکشید، می توانید تا اندازه‌ای تعادل خود را حفظ کنید. در این حالت مسلما تعادل او به هم خواهد خورد. حریف که بر اثر عمل ناشیانه خود تعادلش به هم خورده است، دیگر قادر به استفاده از قدرت خود نبوده و قدرتش به ۷ کاهش می یابد. از آنجا که شما تعادل خود را حفظ کرده اید، قدرت شما در عدد ۷ باقی می ماند واکنون قوی تر از حریف هستید. حفظ تعادل خود و ندادن فرصت به حریف با حرکات ظریف و تغییر محل دادن به موقع در روی تاتامی و حمله کردن به‌طور منظم و پیگیر از نکات اصلی در این مرحله است. شرکت می تواند ضمن حرکت و درگیرشدن با رقبا، تعادل و موقعیتش را حفظ نماید پس باید به این نکات توجه داشته باشد :*از تکنیک های جودو زمانی استفاده شود که رقبا قویتر و بزرگتر از شما هستند؛ *حرکات زیرکانه ی رقیب را به دقت دنبال کنید؛ *انعطاف پذیری را همه جا داشته باشید و تعدیل تاکتیکی را با یک استراتژی بلند مدت ترکیب کنید.سومین اصل، استفاده از قدرت اهرمی : این اصل بلافاصله پس از برهم خوردن تعادل حریف با استفاده از نیروی خود او و با به‌کاربردن فنی که شگرد شماست انجام می شود زیرا هنگامی که حریف تعادل خود را از دست داد، قادر نخواهد بود از نیروی خود استفاده کند و تحت کنترل قرار می گیرد. استفاده همزمان از این سه اصل به مدیر کمک می کند که بدون توجه به اندازه شرکتهای رقیب، به نبرد و مقابله با آنها بپردازد. پس در این مورد می توان به نکات زیر اشاره کرد :*از تعهد و التزام استراتژیک رقبا به نفع خود استفاده کنید؛ *با شرکتهایی که مورد تهدید رهبران و چالشگران بازار قرار گرفته‌اند و کالاهایی نظیر شما تولید می‌کنند همکاری نزدیکی داشته باشید. به‌عنوان مثال شرکت فولکس واگن برای تحقق این امر در سال ۱۹۸۵ وارد بازار چین شد و با شرکت صنعتی خودروسازی شانگهای تشکیل یک تیم را داده و با هم متحد شدند. قدم بعدی برای شرکت سرمایه گذاری حدود ۲/۳ میلیون دلار در بازار چین بود که توانست در حدود ۴۰درصد بازار را به‌دست آورد. تاکتیک بعدی شرکت این بود که خود را آماده کرد تا به محض ملحق شدن به سازمان تجارت جهانی با رقبای جدید به مبارزه بپردازد و برای این منظور واحد تحقیق و توسعه خود را در شانگهای گسترش داد و در کنار آن سیستم توزیع بسیار وسیعی ایجاد کرد و خدمات را در حد بسیار بالایی گسترش داد.در اینجا جودو می تواند ۴ نکته قابل توجه برای مدیران فراهم می کند :-۱ تمرکزی عمیق و دقیق بر روی هسته تجاری خود داشته باشید.-۲ روحیه تهاجمی داشته باشید ولی از حمله مستقیم اجتناب ورزید. -۳ دارای برنامه بوده و در جهت حرکت روی محور اصلی و اساسی، آمادگی داشته باشید. -۴ به‌دنبال استفاده از قدرت اهرمی در نقاط قوت باشید. استعاره ها در تجارت بسیار فراگیر هستند چرا که به یک جرقه ذهنی آنی منجر می شوند. در نگاه اول، جودو شبیه دیگر استعاره ها و پدیدهای دنیاست که می تواند در نظریه های تجاری و تجزیه وتحلیل و استراتژی های شرکت به‌کار گرفته شده و برای شرکتهای کوچکی که به‌دنبال راهی برای غلبه بر رقبای قدرتمند هستند، درسهای مفید و آموزنده ای را اشکار می کند . به عنوان مثال در سال ۱۹۹۴ شرکت «نت اسکیپ» با هدف ایجاد و خلق ارتباط جهانی بر روی شبکه های اینترنتی تاسیس شد. موسسان شرکت با استفاده از فنون جودو سعی در بودن و ماندن در بازار و حتی تهدید و تنه زدن به شرکت مایکروسافت کردند. در استفاده از اولین اصل جودو، یعنی" حرکت سریع به سمت محصولات و بازارها، "جنگ شرکت نت اسکیپ با رقبا زمانی گرمتر شد که شرکت محصولاتی، متفاوت از رقبا به بازار روانه کرد وحتی شرکت از طریق تلفن، شروع به توزیع کالا به مشتریان و حتی خرده‌فروشان کرد . استراتژی و قدم بعدی شرکت این بود که جنگ را به سمت موضوعهای غیررقابتی ببرد.هدف ورزش جودو این است که باعث چرخش نیروهای رقبا به سمت ایجاد یک مزیت نسبی برای شرکت باشد و به مدیران کمک می کند که یاد بگیرند

چگونه می توانند به صورت کاراتر با رقبای بزرگتر و قویتر به رقابت بپردازند. این موضوع برای شرکتهای مطرحی که توجهی به اندازه و چرخه عمر سازمان ندارند، یک چالش بزرگ است.پیام اصلی ورزش جودو برای شرکتهایی که رقبایی قوی و جدی دارند، این است که از درگیریها و نزاعهایی که به اصطلاح جودوکارها به سرشاخ شدن با آنها منجر می شود پرهیز کنند، چرا که این امر باعث کاهش قدرت سازمان و ازبین رفتن منابع مادی و انسانی آن می شود. و به جای آن باید با ایجاد سرعت در کار پرسنل و ایجاد یک فکر خلاق و استراتژیک در بین آنها، رقابتی پویا را شکل داد که از روبه‌رو شدن با رقبای بزرگ و اصلی دوری جوید.در ورزش جودو سعی می شود از قدرت حریف علیه خود او استفاده شود. در عرصه سیاست ولادیمیر پوتین رئیس جمهور روسیه شاید بهترین مثال عینی این موضوع باشد ، اوکه تربیت شده کا.گ .ب، بود به خوبی با جودو آشنا بود و تکنیک‌های جودو را هنگام انتخابات ریاست جمهوری برای شکست رقبا استفاده کرد و پیروز میدان شد. جودوکار ماهر می تواند برتریها و نقاط قوت رقیب را در ثانیه های اول مسابقه درک وتحلیل کرده واز آن اشتباهات به نفع خود استفاده کند. همانطور که در ابتدا گفته شد جودو وتکنیک‌های آن در بازار نیز می‌توانند به‌کار گرفته شود، با بررسی تمامی جوانب و اصول و تکنیک‌های شرح داده شده می توان موارد ذیل را مورد توجه قرار داد : الف – هرگز شما آغازگرحمله نباشید؛ جودوکاران مبتدی که تجربه زیادی در مسابقات ندارند، امکان دارد با دیدن سالن مسابقه و یا سرو صدای طرفداران به وجد آمده و بی محابا و بدون فکر به حریف حمله کنند، این لحظه طلائی یک موقعیت مناسب برای حریف مقابل و با تجربه است، تا او را به حمله بدون فکر تشویق کند و از این موقعیت سود ببرد. جودوکار کم تجربه و ضعیفتر باید با سیاست و با برنامه حمله را آغاز کند .در دنیای تجارت می توان گفت که اگرشما نسبت به رقبا از موضع ضعیف‌تری برخوردار هستید باید با زیرکی خاصی از تحریک‌کردن رقبای بزرگ و جدی پرهیز کنید، چرا که در غیر این‌صورت به گوشمالی شما ا زطرف آنها منجر می‌شود. به عنوان مثال، اگر شما توان ارائه کالا با قیمت پایین و تحمل ضرر کوتاه‌مدت را به‌خاطر نداشتن توان مالی قوی را ندارید بی‌دلیل با رقبای اصلی به جنگ قیمت نپردازید.ب – چارچوب و فضای رقابتی خود را معلوم کنید؛ اگر شرکت بتواند به تعریف و تعیین چارچوب و فضای رقابتی خود بپردازد، دیگر داشتن سهم و اندازه کم از بازار، به‌عنوان یک عیب برای شرکت مطرح نیست. آنها یک بخش کوچک را که برای رهبران و یا چالشگران بازار چندان مفید فایده نیست انتخاب کرده و در آن به فعالیت می پردازند و شرکت می‌تواند از این مزیت نسبی خود، نسبت به دیگر رقبا با مانوردادن وحرکت کردن به سمت رقابت در مسیری که برای دیگررقبا دشوار است استفاده کند و پیشگام معرکه باشد. به‌عنوان مثال گاهی اوقات شرکتی می تواند کالاهای خود را به‌دلیل دسترسی به کانالهای ارتباطی قوی ، و یا نفوذ در مراکز تصمیم‌گیری کلان و ملی، و یا رانت اطلاعاتی، فناوری خاص و یا نیروی کار ارزان، کالاهایی با قیمت تمام شده کمتری به نسبت رقبا تولید کند که این یک مزیت برای او می‌تواند عامل رقابت در بازار باشد.ج – به سرعت انجام کار را دنبال کنید؛ جودو ورزش ثانیه هاست ودر آن لحظه ها، تعیین کننده پیروزی و یا شکست است. با تعریف و مشخص‌کردن قلمرو رقابتی، شما می توانید برای شرکت یک چتر امنیتی فراهم کنید. شرکت نوکیا تلاش می‌کند که مدل‌های مختلفی از موبایل را به‌سرعت روانه بازار کند تا بتواند سهم خود را حفظ کند. بعضی از شرکتها نیز با استفاده از سیستم‌های **less paper less& pen** تلاش می کنند تا کلیه کارها اداری مربوط به مذاکرات وفروش از ابتدا تا انتها درحداقل زمان و با سرعت زیاد صورت دهند. د – به رقیب خود بچسبید؛ یک جودو کار مسلط در طول مسابقه با چسبیدن به حریف، مانع از اجرای تکنیک توسط حریف شده و به‌دنبال یک موقعیت خوب می گردد تا بااجرای فنون اصلی و شگرد خود، به‌روی حریف مقابل به برتری دست یابد .هدف از چسبیدن به رقبا باید این باشد که از موقعیت شرکت دفاع، و آن را تقویت کنید. شراکت با رقبا، این امکان را فراهم می کند که با نیرویی بسیار قوی از موضع شرکت دفاع کرده وگاهی اوقات زودتر ازآنها اقدام کنید و فرصت پیروزی را افزایش دهید .نمونه آن شرکتهای نفتی هستند که تشکیل یک کارتل نفتی را می دهند. یعنی باایجاد یک وحدت رویه سعی می کنند که یک همدلی بین خود ایجاد

کننـد. همه شـرکتها همچنان که به منافع ملی و سازمانی خود توجه می‌کننـد، نیم نگاهی نیز به وضـعیت بازارو مقدار تقاضا دارند و گاهی اوقات یکی از آنها برای کسب منافع بیشتر اتحاد کارتل را می‌شکند ودیگران را رها می سازد. پس بهتر است که شما فضا را برای رقـابت محـدود کنیـد، ولی توجه داشته باشـید که بـا نزدیـک شـدن به رقبـا شـما بایـد از محـدوده شخصـی شـرکت نیز دفـاع کنیـد.نمـونه آن شـر کت کـداک بود که بعـد از ورود به بـازارچین به‌دنبـال به‌دست‌آوردن اهـداف زیر بود :ابتـدا به شـناسایی همه اسـتودیوهای فیلمبرداری بزرگ و اصـلی چین و ارزیابی سـهم آنها پرداخت و با بزرگترین آنها یک شـرکت مشترک به‌وجود آورد .بدین ترتیب موفق شد:*در ۶ ماهه اول سال ۱۹۹۹ با محصولات خود (فیلم‌های رنگی) ۷۰ درصد بازار را تسخیر کند؛*حدود یک میلیون دوربین عکاسـی و فیلمبرداری در بازار چین بفروشـد؛*حدود ۵۰۰۰ استودیو در ۱۲۰ شهر تا سال ۲۰۰۲ ایجاد کنـد و تا سال ۲۰۰۴ هدف آینده اش را تاسیس ۱۰هزار استودیو در چین قرارداد؛*هزینه بالایی برای افزایش کارایی در سیستم کانال توزیع، هزینه کرد.ه – از مقـابله به مثـل کردن دوری بجوئیـد؛ در مواردی شـما می‌توانیـد به راحتی بر رقبا غلبه کرده و خود یکه‌تاز میـدان باشـید مشـروط برآنکه وارد یـک مبـارزه تلافی‌جویـانه و فرسایشـی نشویـد. نمونه آن آغـاز جنـگ سـرد بین روسـیه و امریکا بود. که فکر سیاسـتمداران روس مسـتقر در کاخ کرملین را صرف ساختن تسلیحات نظامی کرد و از دیگرحرکات رقیب غافل ماند. گاهی اوقات در تجارت باید از مبارزات تلافی‌جویانه و یا جنگهایی که باعث از بین‌رفتن منابع مادی و معنوی شـرکت می شود دوری کرد. یعنی به‌جای اینکه درگیر نزاعهای فرسایشـی گردید، حالت حمله و تهاجمی داشـته باشـید و نسـبت به جایگاه خود در بازار واکنش نشان دهیـد.و – هنگـامی که توسـط حریف کشـیده می شویـد ، حریف را هـل دهیـد؛ جودوکـاران هنگـام اجرای فنون در مسـابقه سـعی می‌کنند که هریک دیگری را به سـمت خود کشـیده، تعادل اورا بر هم زده و اورا به سمت خود بکشد، واز نیروی رقیب به‌نفع خود اسـتفاده کند. چرا که اگر حریف مقابل به سمت شما بیاید، اجرای تکنیک بسیار راحت وساده است. در این مورد باید گفت که در دنیای تجارت شـرکت می تواند با افزودن انتخابهای جدید به محصولات و خدمات، خود نظاره‌گر شـکست رقبا و یا تغییر استراتژی آنها باشد. به عنوان مثال یک شـرکت تولیدی لوازم نوزاد در آمریکا توانست با ارایه محصولاتی با قیمت پایین‌تر و کیفیت بالاتر، با رقبـای اصـلی خود به رقـابت بپردازد. در حقیقت او به ارائه این محصولات قسـمتی از سـهم بازاررقبـا را به‌دست آورد.نتیجه گیریاز ویژگیهـای جهـان امروز می توان به جهـانی شـدن اقتصـاد ،رقـابت برمبنـای زمـان و افزایش دانش و اطلاعـات نزد پرسـنل سازمـانها وشـرکتها اشـاره کرد. و همه اینهـا بیـانگر یکپـارچگی بازارهـای جهـانی و پویـائی محیط سازمانهاست .درچنین فضائی بایـد از خود پرسـید که شـرکتهای کوچکتر چگونه می تواننـد در دنیـای پر از رقابت زنـده و مانـدگار باشـند. امروزه رشـد روزافزون شـرکتهای داخلی وخارجی و رقابت تنگاتنگ آنان برای داشتن سهم بیشتری از بازار باعث ایجاد فضای رقابتی بسیار سنگینی شده است. جودو به‌خاطر اسـتفاده از نیروی رقیب بسـیار موثر است و از شـرکتهای بسـیار کوچک تا شرکتهای غول‌آسا همگی در جست وجوی بسط این سـبک به آن سوی مرزهای شرکت خود هستند. جودو نیاز به نظم، خلاقیت و انعطاف‌پذیری دارد.منابع وماخذ–۱ تدبیر، ۱۳۸۴، شماره ۱۵۵–۲ کیهـان، محمـد، (۱۳۸۰") آمـوزش جـودو، "تهران چـاپ اول ۳ – Yoffie & Mary Kwak. ۲۰۰۱.JUDO STRATEGY WRITTEN BY HARVARD UNIVERSITY.

*تدبیر

علوم ورزش

علـم ورزش ، علمی است که در آن به مسائـل علمی و تخصصـی ورزش پرداخته می شـود و هـدف از این علم آن است که علاقه مندان به ورزش از این طریق پی به کلیه مسائل مربوط به علوم ورزش برده و آن را بکار بندند تا کمتر دچار آُسیب شده و همچنین از طریق علم ورزش مهارت خود را در هر رشـته ورزشـی افزایش دهنـد .آدمی در مراحل تمدن به درجات عالی رسـیده و اندیشه و

فکر او بسیار تابناک شده و حاصل کار و اندیشه و هوشمندی انسان یعنی علوم و معارف بشری نیز روز به روز وسعت یافته است . هر یک از دانش ها و فروغ معرفت های انسانی در قرن بیستم به صورت دریای پهناور در آمده است به طوری که در هر یک از رشته های علوم باید سال ها وقت صرف کرد تا در آن تخصص یابد و به مقام شامخی برسد ، نه تنها ناگزیر است از برگزاری مسابقه آن علم یا فن در جهان آگاه گردد و از بزرگان آن رشته تاسی جوید و پیش برود ، بلکه همین فرد باید علاقمند به این رشته هم باشد و همین موارد لزوم داشتن اطلاعات کافی و یا معلومات عمومی را ایجاب می کند . امروزه هیچ کس حتی کسانی که فقط ورزش را بخاطر ورزش نه بخاطر اهداف قهرمانی در رقابت های رسمی انجام می دهند ، نمی توانند منکر ارزش روش های علمی در بالا۔بردن سطح تکنیک ، تاکتیک و بطور کلی کیفیت تیم ها در هر نوع ورزشی باشند . در ورزش اجرای صحیح مهارت ها وابسته به رعایت اصول و قوانینی علمی متکی بر اصول مکانیکی و بیومکانیکی است .وقتی رقابت ها در سطح حتی صدم ثانیه ها کشیده می شود صرف نظر از تلاش شخصی ورزشکار در پیروزی ، به طور دقیق ارزش تمرینات و نحوه ی استفاده حداکثر از قدرت و توان ورزشکار در تمرینات توسط یک مربی آگاه و با استفاده از روش های علمی و سایر خصوصیاتی که یک مربی موفق باید داشته باشد از جمله اصول علمی تربیت بدنی ، برنامه ریزی صحیح تمرینات به نحوی که ورزشکار در روز مسابقه در حداکثر کیفیت بدنی و توان مسابقه باشد به طور کامل روشن و غیر قابل انکار است .اگر ما ادوار گذشته را مورد مطالعه قرا دهیم در می یابیم که در مسیر عمومی تاریخ زندگانی انسان ، فرهنگ ها و تمدن های بسیاری بوجود آمده است و پیدایش اجتماعات و حرکت آنان اگر چه به ظاهر مستقل بوده ولی به حقیقت در یکدیگر تاثیرات متقابل داشته و تاریخ عمومی بشر را از جنبه های حرکت درونی و بیرونی به وجود آورده است .نقش اساسی علوم ورزشیاگر چه علوم ورزشی و نقش اساسی آن در بین تمامی ملل هنوز به مراحل کمال نرسیده ولی بدین نتیجه نهایی رسیده است که اولا: اجتماع انسانی چون تشکل الکترونی و پروتونی و تجمع منظومه های شمسی پیوسته متحرک و متکامل بوده و از مراحل مختلفی گذشته است و در ثانی : تحول و حرکت افراد اجتماع نه فقط از جنبه های معنوی و درونی مورد مطالعه بوده بلکه برای تطابق حرکات روحی و جسمی انگیزه های علمی را مورد توجه قرا داده و دوام حیات و زندگی خویشتن را در این یافته است که جسم و روح خود را مبتنی بر تحول زمان و نظام خلقت هماهنگ ساخته تا با توازن این دو پدیده ی محسوس و معقول سزاوار عدل آفرینش و محق به ادامه ی زندگی سالم و متعالی باشد .ورزش محتوی زندگی نیست بلکه نوایی است که زندگی را همراهی می نماید . حفظ سلامت ملل و ایجاد تحول در جوامع مختلف ، همان قدر برای سرنوشت و زندگی بشری هم بوده است که اکتشافات و اختراعات صنعتی بوده اند .همه ی این تلاش ها ، تحقیق ها ، تفسیر ها و تجربیات و آزمایش های علمی در این مدت بیش از دو قرن باعث شدند تربیت بدنی به صورت علم جداگانه ای درآمده و انجام ورزش برای مردم جوامع صنعتی جنبه ی حیاتی پیدا کند برای این که احتیاج جوامع کنونی ، به نیروی انسانی سالم بیش از هر زمان دیگر قابل لمس است ، در جوامعی که نارسائی های کمی و کیفی ورزش وجود دارد عقب افتادگی آن جامعه نیز چشم گیر است و از این روست که ورزش امروز در جوامع مترقی دنیا علاوه بر اثرات بهداشتی و نقش مهم آن در سلامت یک ملت به عنوان یک پدیده ی اجتماعی و عامل مهم اقتصادی مورد مطالعه و پژوهش علمی قرار می گیرد به این دلیل که ترقی دانش و فنون و پیشرفت تمدن مسائل تازه ای به وجود آورده است که در گذشته یا مورد نظر نبوده و یا آن که چندان توجهی به آن نمی شد .بررسی های عملی ورزش و تربیت بدنی در جوامع صنعتی امروز جدا از پژوهش های پزشکی ، آموزش و پرورش ، روانشناسی ، بهداشت ، جامعه شناسی ، اقتصاد و تاریخ نبوده بلکه با همه ی علوم فوق رابطه مستقیم دارد .تربیت بدن فرصت را به کودک ، نوجوان و جوان می دهد که استعداد های خود را بیازماید و به پرورش خود با راهنمایی مربی آگاه همت ورزد . نوجوان و جوان امروزی فقط در محیط ورزش حاضر است نظم را بپذیرد ، چرا که در آن محیط همه مانند او به دستورها و مقررات مربوط احترام می گذارند و مسئله تبعیض مطرح نیست همسالان و همراهان دیگرش هم مجبورند به دستورهای مربی عمل کنند .

http://daneshnameh.roshd.ir*

Sport Science Sport Science is a discipline that studies the application of scientific principles and techniques with the aim of improving sporting performance. Human movement is a related scientific discipline that studies human movement in all contexts including that of sport.The study of sports science traditionally incorporates areas of physiology, psychology, motor control and biomechanics but also includes other topics such as nutrition and diet, sports technology, anthropometry kinanthropometry and performance analysis.Sports scientists and performance consultants are growing in demand and employment numbers, with the ever-increasing focus within the sporting world on achieving the best results possible. Through the study of science and sport, researchers have developed a greater understanding on how the human body reacts to .exercise, training, different environments and many other stimuli

برنامه پنجم توسعه و یکپارچگی نظام مدیریت ورزش کشور

مسائل فرهنگی در ورزش

sport management

محمد جوادی پور

دبیر کارگروه تدوین برنامه پنجم توسعه در سازمان تربیت بدنی با بیان اینکه کار تدوین برنامه پنجم در این سازمان به پایان رسیده است، اعلام کرد : این برنامه، نظام مدیریت ورزش کشور را یکپارچه خواهد کرد.

محمد جوادی پور روز جمعه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا افزود: در تدوین برنامه پنجم تلاش شده است هماهنگی و انسجامی بین سازمان تربیت بدنی، تربیت بدنی وزارت علوم، وزارت آموزش و پرورش، نیروهای مسلح ، کارگران و ...

ایجاد شود.

وی افزود: با عملی شدن چنین برنامه‌ای نه تنها نظام مدیریت ورزش کشور یکپارچه خواهد شد بلکه دغدغه مشترک تمام مسوولان ورزش کشور در بخش‌های مختلف رفع می‌شود.

وی با بیان اینکه در تدوین برنامه پنجم توسعه تلاش شده است که سازمان‌ها و نهادهای مختلف در جهت تحقق سند چشم انداز کشور حرکت کنند، اظهار داشت: در این برنامه همه دستگاه‌های ورزشی دارای برنامه جامع ارتقا ورزش در دستگاه خود خواهند شد چرا که برنامه پنجم توسعه همه دستگاه‌ها را مکلف می کند که برنامه‌ای جامع برای خود ترسیم کنند.

جوادی پور یکی دیگر از دغدغه‌های مسوولان ورزش کشور را مسائل فرهنگی در ورزش عنوان کرد و گفت: در قسمت‌های مختلف برنامه ، لزوم توجه به مسائل فرهنگی و اقدامات مورد نیاز در این زمینه در نظر گرفته شده است.

وی با بیان اینکه مباحث فرهنگی در ورزش در برنامه پنجم به عنوان یکی از اولویت‌های کاری مسوولان در آمده است، اظهار داشت: تلاش شده مشکلات و کاستی‌های فرهنگی در پایان برنامه پنجم توسعه به حداقل خود برسد.

جوادی پور با بیان اینکه در برنامه تلاش شده است به ورزش وزارت آموزش و پرورش، نیروهای مسلح، وزارت علوم، بانوان و

بخش خصوصـی در اجرای اصل قـانونی اساسـی، کمبود منـابع و اعتبارات ، امکانات و ... توجه ویژه شود ، اظهار داشت: تلاش ۴۴ شده نحوه نگاه به دستگاه‌ها به شکلی باشد که بتوان در راستای اجرای برنامه پنجم مشکلات را رفع کرد.

مـدیرکل دفتر ملی مـدیریت و توسـعه ورزش کشور اظهـار داشت: کمیته تـدوین تلاش کرده است که در این برنامه منابع مورد نیاز ورزش نیز دیده شود به طوری که همه بخش‌ها بتوانند به نحوی به ورزش در این حوزه کمک کنند.

جوادی پور گفت: کمک به بخش خصوصی، ارایه زمین رایگان و تسهیلات کم بهره و یا بدون بهره در قالب اجرای اصل قانون۴۴ اساسی از جمله اهداف برنامه پنجم است.

وی گفت: زمینه‌هـای خوبی برای توسـعه ورزش در برنـامه ایجـاد شـده است تـا بخش اعظم فعالیت‌ها در برنامه به بخش خصوصـی واگذار شود.

مـدیرکل دفتر ملی مـدیریت و توسـعه ورزش کشور به ورزش طلاب و مد نظر قرار دادن آن در برنامه پنجم توسعه نیز اشاره کرد و گفت: برای نخستین بـار در برنـامه توسعه بخشـی هماننـد ورزش داشـجویان به ورزش طلاب اختصاص یافته است که در آن منابع، احکام و امکانات مورد نیاز این قشر در ورزش نیز مشخص شده است.

جوادی پور به برنامه‌های ترسیم شده در ورزش همگانی نیز اشاره کرد و گفت: تلاش شده در این بخش الزاماتی برای سازمان‌ها و نهادهای مختلف ورزشی ایجاد شود تا در این زمینه گام‌های بلندی بردارند.

وی بـه ورزش در وزارت آمـوزش و پرورش نیز اشـاره کرد و گفت: افزایش کلاس‌هـای ورزش در مـدارس از دو سـاعت به چهـار ساعت که هنوز به اجرا در نیامده، یکی دیگر از اهداف تعیین شده در برنامه پنجم است.

جوادی پور اظهـار داشت: بررسـی‌ها بیانگر آن است که به دلیل کمبود منابع هنوز این امر میسر نشـده است و در برنامه تلاش شـده است که به نوعی این کمبود برطرف شود.

وی افزود: البته در کنار تزریق منابع تلاش شـده است الزاماتی نیز ایجاد شود تا منابع تزریق شـده در این جهت در آموزش و پرورش هزینه شود.

دبیر کارگروه تدوین برنامه پنجم توسـعه در سازمان تربیت بدنی افزود: آموزش و پرورش در این حوزه دغدغه‌هایی همچون کمبود سـالن ورزشـی و مربی ورزش نیز دارد که براسـاس برنـامه تـدوین شـده سـایر دسـتگاه‌ها و سازمـان هـا بایـد بـا در اختیار قرار دادن سالن‌های ورزشی خود و حتی مربیان مورد نیاز به این وزارتخانه کمک کنند.

وی گفت: در شـاخص، اهـداف و احکام تلاش شـده است که نگاه ویژه‌ای به فرهنگ ورزش شود به طوری که مشـکلات و مسائل فرهنگی در ورزش کاهش یابد.

جوادی پور در ادامه یادآور شـد: برای تحقق برنامه پنجم، تمهیـداتی نیز صورت خواهد گرفت، بطوری که در هر سال از برنامه باید یک تقویم اجرایی تدوین شود تا مسوولان بتوانند میزان تحقق برنامه‌ها در هر سال را سنجیده و در رفع موانع و مشکلات تدابیر لازم را اتخاذ کنند.

وی در ادامه با بیان اینکه از مهر ماه سال جاری عملیات تدوین برنامه پنجم توسـعه در سازمان تربیت بدین آغاز و در اسـفندماه سال جاری به پایان رسید، اظهار داشت: کمیته تدوین تلاش خود را کرده است که اشکالات موجود در برنامه چهارم در تمام بخش‌های ورزش را استخراج کرده و در قالب چارچوب مشخصی برای آنها چاره اندیشی کند.

جوادی پور با بیان اینکه در تـدوین برنامه پنجم توسـعه از نظرات صاحبنظران و دست انـدرکاران در بخش‌ها و سازمان‌های مختلف بهره گرفته شده است، گفت:

گمان می‌رود همگرایی و همراهی خوبی در برنامه پنجم بوجود آمـده است و این برنامه توانسـته نیازهای همه بخش‌های ورزش را

در نظر بگیرد.

*http://www۱.irna.ir/fa/news/view/menu-۱۵۴/۸۷۱۲۲۳۸۷۴۱۱۷۲۰۵۱.htm

شرح وظایف اداره کل تربیت‌بدنی

نمونه ای از شرح وظایف – مورد؛ دانشگاه پیام نور

اهم فعالیت‌های اداره کل تربیت‌بدنی عبارت‌اند از:۱. ارائه خدمات ورزشی به دانشجویان، کارکنان و اساتید۲. برگزاری مسابقات قهرمانی درسطح مراکز استانی دانشگاه جهت شناسایی استعدادهای ورزشی و تشکیل تیم‌های قهرمانی در رشته‌های مختلف.۳. شرکت تیم‌های مختلف ورزشی دانشگاه در مسابقات قهرمانی و همگانی داخل و خارج از کشور با الویت کشورهای اسلامی.۴. برنامه ریزی جهت القاء ارزشهای اسلامی به وسیله فعالیتهای ورزشی در ورزشکاران تحت پوشش.۵. اعزام تیم‌های ورزشی دانشگاه به مسابقات بین‌المللی و دوستانه با اولویت کشورهای اسلامی به‌ویژه برای بانوان.۶. نظارت و ارزشیابی عملکرد مسئولان، مدیران و فعالیت‌های ورزشی مراکز استانی دانشگاه پیام نور.۷. برقراری ارتباط مستمر با سازمان تربیت‌بدنی،اداره کل تربیت‌بدنی وزارت علوم وسایر ارگان‌ها و نهادهای ورزشی.۸. برگزاری همایش‌ها و کلاس‌های مربیگری و داوری جهت افزایش شناخت ورزشی دست‌اندرکاران دانشگاه۹. تهیه و توزیع بروشور و سی‌دی‌های مربوط به ورزش همگانی جهت افزایش انگیزه ورزشی در بین دانشجویان، کارکنان و اساتید.۱۰. تشکیل شورای عالی ورزش دانشگاه و ارائه گزارش سالیانه به این شورا.۱۱. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به تربیت‌بدنی و ورزش های همگانی و قهرمانی بالاخص ویژه بانوان۱۲. برگزاری مراسم سالیانه تجلیل از مدیران، مربیان و قهرمانان ورزش دانشگاه۱۳. برگزاری اردوهای فرهنگی ـ ورزشی برای دانشجویان، کارکنان ، اساتید.۱۴. تهیه وتوزیع جزوات،وسایل و امکانات ورزشی برای مراکز استانی دانشگاه پیام نور.۱۵. ایجاد ایستگاه‌های تندرستی و کلینیک‌های حرکت درمانی جهت ارزشیابی و ارائه نسخه حرکتی و افزایش آمادگی جسمانی دانشجویان، کارکنان و اساتید.۱۶. تدوین بودجه اداره کل تربیت بدنی ، سرانه ورزشی دانشجویان سراسر کشور و نظارت بر حسن هزینه شدن آنها.۱۷. عقد تفاهم نامه با صدا وسیما و سایر موسسات تبلیغی و رسانه ای جهت ارسال اخبار ورزشی دانشگاه پیام نور.۱۸. عقد تفاهم نامه با سازمان ها و موسسات فرهنگی، ورزشی جهت استفاده از امکانات و تاسیسات ورزشی آنها.۱۹. تلاش در جهت اخذ اعتبارات مالی از اداره کل تربیت بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان تربیت بدنی ، فدراسیون های ورزشی و اسپانسرها و هزینه بهینه آنها.۲۰. پیگیری مستمر جهت احداث اماکن و تأسیسات ورزشی دانشگاه پیام نور در سراسر کشور با الویت به مراکزی که دانشجویی رشته تربیت بدنی دارند.۲۱. ایجاد تسهیلات برای ادامه تحصیل قهرمانان ، مدیران و خبرنگاران ورزشی.ساختار اداره کل تربیت‌بدنی در سطح سازمان مرکزی دانشگاه پیام نور · اداره ورزش‌های همگانیاهم فعالیت‌های اداره ورزش‌های همگانی عبارت‌اند از:۱. تدوین برنامه جشنواره‌های ورزش همگانی در دانشگاه پیام‌نور۲. تعیین بودجه موردنیاز ورزش همگانی دانشگاه۳. تهیه و توزیع سی دی و بروشورهای لازم جهت ایجاد انگیزه ورزشی در دانشجویان، کارکنان.۴. برگزاری مسابقات ورزش های همگانی بین مراکز استانی دانشگاه۵. اعزام تیم‌های ورزش همگانی به مسابقات دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کشور و خارج کشور۶. ایجاد ایستگاه‌های دو و ورزش صبحگاهی در مراکز دانشگاه پیام نور۷. برگزاری کلاس‌های آموزش ورزش از دیدگاه علم واعتقاد برای دانشجویان ، مدیران، کارکنان.۸. نظارت برفعالیت‌های ورزش‌های همگانی (آقایان و بانوان در مراکز دانشگاه پیام نور سراسر کشور)۹. برگزاری همایش‌ها و جشنواره های مربوط به ورزش‌های همگانی جهت افزایش شناخت ورزشی۱۰. پیگیری جهت احداث ایستگاه‌های تندرستی۱۱. پیگیری جهت ایجاد کلینیک‌های پزشکی ـ ورزشی۱۲. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های مورد نیاز۱۳. برگزاری المپیاد های ورزش همگانی۱۴. برنامه ریزی و اجرای تورهای ورزشی در داخل و خارج

کشور۱۵. تهیه و توزیع وسایل و تجهیزات ورزشی جهت دانشگاههای پیام نور سراسر کشور٭ اداره ورزش‌های قهرمانیاهم فعالیت‌های اداره ورزش‌های قهرمانی عبارت‌اند از:۱. تدوین برنامه مسابقات ورزشی دانشگاه پیام‌نور براساس برنامه تنظیمی اداره کل تربیت‌بدنی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری۲. برگزاری المپیادهای ورزشی ویژه دختران و پسران دانشجو۳. تشکیل و تدارکات لازم جهت انتخاب تیم‌های ورزشی و شرکت در مسابقات قهرمانی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و فدراسیون های ورزشی۴. پیشنهاد و تدوین بودجه ورزشی مورد نیاز سالهای آتی۵. اعزام تیم‌های ورزشی برای شرکت در مسابقات کشوری و بین‌المللی داخل و خارج از کشور۶. تهیه و توزیع وسایل ورزشی موردنیاز دانشگاه۷. برگزاری کلاس‌های مربیگری و داوری برای مربیان ورزشی دانشگاه۸. نظارت بر تمرین تیم‌های ورزشی دانشگاه۹. پیگیری در تأمین تأسیسات ورزشی مورد نیاز دانشگاه۱۰. تهیه و تدوین آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های موردنیازاداره ورزش‌های اساتید و کارکنانـاهم فعالیت‌های اداره ورزش‌های اساتید و کارکنان عبارت است از:۱. برنامه‌ریزی سالیانه جهت برگزاری فعالیت‌های ورزشی اساتید و کارکنان.۲. تهیه امکانات و تأسیسات ورزشی به صورت رایگان و یا ارزان قیمت.۳. برنامه‌ریزی جهت استفاده از تورهای ورزشی ـ تفریحی در داخل و خارج کشور.۴. تهیه وسایل ورزشی ارزان قیمت برای اساتید و کارکنان سراسر کشور با استفاده از تسهیلات ویژه دانشگاه.۵. برگزاری برنامه‌های سخنرانی و همایش‌های علمی جهت افزایش شناخت ورزشی در بین دانشجویان۶. برگزاری مسابقات ورزشی همگانی و قهرمانی.۷. ایجاد کلینیک‌های پزشکی ـ ورزشی و تشکیل پرونده آمادگی جسمانی و انجام تست‌های لازم برای تمام اساتید ، کارکنان و ارائه نسخه حرکتی برای آنها۸. پیگیری در جهت تدوین آیین نامه های تشویقی جهت ارتقاء افرادی که حضور بیشتر و مقام بالاتر ورزشی را کسب نموده اند.۹. برنامه ریزی جهت افزایش حضور مدیران ، اساتید ، کارکنان در برنامه های منظم ورزشی.۱۰.تهیه و ارسال جزوات ، بروشور وCD جهت آموزش و اجرایی فعالیتهای ورزشی در منازل توسط دانشجویان.۱۱.برگزاری و شرکت مدیران، اساتید، کارکنان در مسابقات ورزشی مربوطه در داخل و خارج کشور

٭http://www.pnu.ac.ir

کنکور کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

دروس ضرایب زبان عمومی و تخصصی ۳ فیزیولوژی و تغذیه ورزش ۱ آمار ، سنجش و اندازه گیری در تربیت بدنی ۳ یرکت شناسی و بیومکانیک ورزشی ۱ رشد و یادگیری یرکتی ۲ یرکات اصلایی و آسیب شناسی ورزشی ۱ مدیریت سازمانها و مسابقات ورزشی ۴ دانشگاههای ارائه دهنده و ظرفیت پذیرش در رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی – مدیریت ورزشی ______________________________ دانشگاه سال ۸۷ روزانه شبانه تربیت مدرس ۴ – تربیت معلم تهران (کلاسها در کرج) ۸ – تهران ۵ ۶ علامه طباطبایی ۱۲ ۱۳ رازی کرمانشاه ۳ ۳ شهیدباهنر کرمان ۲ ۲ اصفهان ۷ ۵ تبریز ۶ ۴ ارومیه ۷ ۷ شهیدچمران اهواز ۷ ۳ گیلان ۶ ۳ مازندارن ۲ ۳ سایر دانشگاهها دانشگاه ظرفیت نیمه یضوری ارومیه ۱۲ پیام نور مرکز تهران(واید ری) ۸ واید بین الملل کیش دانشگاه تهران ۱۰ غیرانتفاعی و غیردولتی شمال – آمل ۱۵

تغذیه ورزشی

تقی نساجی

مقدمه: رژیم غذایی یک ورزشکار باید در یک مطلب اساسی با رژیم غذایی فرد عادی تفاوت داشته باشد .ورزشکاران علاوه بر احتیاجات زندگی روزمره ،نیاز به سوخت برای تمرین و مسابقه دارند غذاسوخت لازم برای ورزشکاران را تأمین می کند ولی اغلب ورزشکاران از سوختی که در مخازن خودمیریزند غافلند . پروتئین ، چربی و کربوهیدراتها سوخت بدن (انرژی) شما هستند

. همه غذاها ترکیب یکسانی از نظر محتوا ندارند .همانگونه که ماشینهای مسابقه نیاز به بنزین با درجه اکتان بالا دارند. ورزشکاران نیز نیاز به مواد غذاییدارای درجه کربوهیدرات بالاـ دارند . یک ورزشکار نوجوان (به خصوص فردی که در حال رشد است) نسبت به هر زمان دیگری از زندگی نیازبیشتری به کالری دارد .

انرژی مورد نیاز همچنینبه نوع ورزش تخصصی و برنامه تمرین شما بستگیدارد . یک دختر نوجوان با جثه متوسط که دارای فعالیت متوسط و هنوز در حال رشد است به حدود ۲۲۰۰ کالری در روز نیاز دارد ، حال آنکه یک دختر ۱۵ساله با جثه کوچک که رشدش کامل شده به حدود ۱۸۰۰کالری یا کمتر نیاز دارد . پسران نوجوان بالاخصنیاز بسیاری به کالری دارند . یک پسر نوجوان درحداکثر رشد ممکن است به ۴۰۰۰ کالری در روز احتیاج داشته باشد . میزان کالری که در ورزش نیز می سوزدمتفاوت است تمرین پیش از یک فصل در یک تیم فوتبال ممکن است در روز ۵۰۰ کالری یا بیشتربسوزاند. ورزش و مکملهای غذایی بیشتر متخصصین تغذیه معتقدند که غذا بهترین منبع مواد مغذی است.در صورتی که غذاهای متنوعی ازغلات، سبزیجات، میوه جات،لبنیات و گوشت مصرف کنید،به قرص های ویتامین و مواد معدنی نیاز پیدا نمی کنید.با این وجود در صورتی که نوعی بیماری یا نیازهای تغذیه ای خاصی دارید که با منابع معمول غذایی قابل رفع نیست یا اینکه اصولاً از یک نوع مواد غذایی خاص استفاده نمی کنید(مثلاً از شیر تا سایر محصولات لبنی مصرف نمی کنید). ممکن است مکمل برای شما سودمند باشد شرایط زیر احتمالاًـ نیاز به مکمل دارد: کمبود لاکتات:افراد مبتلاـ به کمبود لاکتات قادر به هضم شیر و برخی فرآورده های شیر نیستند درصورتی که این افراد به اندازه کافی از سایر موادغذایی محتوی کلسیم فراوان (نظیر اسفناج،کلم وباقلا)استفاده نکنند،مصرف یک مکمل کلسیمی مفیدخواهد بود.به طور مشابه افرادی که آلرژی به شیر دارند یا از شیر و محصولات آن خوششان نمی آید نیزاحتمالاً از مکمل کلسیمی سود خواهند برد.رژیم گیاهخواری، ویتامین B۱۲،آهن،روی و مکمل های کلسیمی ممکن است مورد نیاز باشند. کمبود ویتامین یا مواد معدنی: در صورت تشخیص کمبود ویتامین یا یک ماده معدنی بخصوص ،استفاده از مکمل در درمان این کمبود کمک کننده می باشد. اما چگونه میتوانید بفهمید که نیازهای خاصدارید یا اینکه رژیم غذایی شما فاقد مواد مغذی کلیدی است؟ به عنوان یک ورزشکار شما از ارزیابی تغذیه ای برای بررسی عادات غذایی اخیرتان،تشخیص مواردی که به طور مناسب رعایت می کنید،برای نشان دادن راههای بهبود و شناسایی نیاز خود به مکمل ها سود خواهید برد.تجربه نشان میدهد ورزشکاران ازمکملهایی استفاده میکنند که رژیم غذایی آنها بطور کامل این نیازها را تأمین نموده و در موردمواد مغذی که کمبود دارند از مکمل مناسب استفاده نمی نمایند یک ارزیابی تغذیه ای میتواند خلاءهای تغذیه ای شما را پر کند. بسیاری از ورزشکاران حرفه ای ادعا می کنند که ازمصرف مکملها سود برده اند مع الوصف در موردادعای این ورزشکاران دو نکته را باید به خاطر داشت:نخست آنکه بسیاری از این ورزشکاران حرفه ایاز طریق انجام فعالیت های بسیار شدید و طاقت فرسا به بدنشان فشار می آورند.ممکن است در برخی مراحل تمرین خود به مواد مغذی اضافی نیاز داشته باشند.بسیاری از تبلیغاتی که برای مکمل ها میشوند،اغواکننده و فریبنده هستند و فوایدی برای آنها ذکر میشود شاید مصرف یک قرص از اینکه در روز سه لیوان شیر بنوشید و یک ظرف لوبیا بخورید،ساده تر به نظر برسد ولی مصرف مکملها یک راه حل ساده نیست.قسمت دشوار در ارزیابی دعوی سازندگان مکمل این است که بر خلاف داروها و مواد غذایی لازم نیست که سازندگان مکمل به طور قانونی بی خطر بودن یا موثر بودن مصرف آنها را اثبات نمایند.این بدان معنی است که شما به عنوان یک مصرف کننده باید در اینکه از مکمل استفاده کنید یا خیر،بسیار محتاط باشید آیا مصرف مکمل برای ورزشکاران ضروری است ؟ با وجودی که مکمل ممکن است قانونی،بی خطر و موثر باشد(به عنوان بهبود دهنده کارآیی)لازم است تعیین کنید که آیا واقعاً به آن نیاز دارید.به عنوان مثال در بسیاری از دوندگان مسافتهای طولانی زن ذخایر آهن پایین است و میتوانند از مکمل آهن بهره ببرند،ولی در صورتی که ذخایر شما طبیعی باشند،این مکمل برای شما ضروری نمیباشد.کراتین ممکن است برای ورزشکاران درگیر در ورزشهای قدرتی تا حدی ارزشمند باشد ولی در

صورتی که یک ورزشکار استقامتی هستید نیاز به آن ندارید و عوارض جانبی احتمالی آن توجیه پذیر نیست.این مطلب را همیشه در نظر داشته باشید که هیچ رژیم غذایی وجود ندارد که موجب قهرمانی یک ورزشکار عادی گردد.فقط رژیم غذایی صحیح و منطقی،شرایط را برای حداکثر آمادگی جسمانی و انجام مطلوبی فعالیت مهیا میکند. میزان مصرف مایعات در ورزشکاران ورزشکاران لازم است که آب یا سایر نوشابه ها راقبل،در طی وبعد از ورزش مصرف کنند.قبل از ورزش:یک یا دو لیوان مایعات را دو ساعت قبل از مسابقه یا تمرین بیاشامید تا اطمینان حاصل کنید که بخوبی هیدراته شده اید.پانزده دقیقه قبل از شروع ورزش یک لیوان دیگر نیز بنوشید. در طی ورزش:در طی ورزش برای جایگزینی مایعات ازدست رفته و اجتناب از گرمای بیش از حد هر ۲۰– ۱۵ دقیقه ، ۱۸۰–۱۲۰ سی سی مایعات بنوشید،مایعات سرد بهتر است چرا که به سرعت جذب می شوند و حرارت مرکزی بدن را سریعتر پایین می آورند. پس از ورزش:این نکته که پس از انجام ورزش به مصرف مایعات ادامه دهید حائز اهمیت است که جبران کم آبی بدن زمان میکیرد.برای اطمینان از اینکه به اندازه کافی آشامیده اید،خودتان را قبل و بعد ورزش توزین کنید.به ازای هر ۵/۰ کیلوگرم کاهش وزن حداقل ۵۰۰ سی سی آب مصرف نمایید.این اشتباه را نکنید که وزن کاهش یافته در ورزش مربوط به چربی است،چرا که چربی بتدریج از دست میرود و در مقیاس چند روز،مشخص نخواهد شد.تقریباً تمام کاهش وزن طی ورزش از منشأ آب می باشد. تهیه وتنظیم :تقی نساجی منبع: اینترنت

به نقل از http://www.drhadi.net/web/readarticle.php?article_id=۲۷۷

برنامه ریزی و مدیریت زمین‌های ورزشی

مهم‌ترین معیار برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشی، توجه به نظم سلسله مراتبی این فضاهاست. بنابراین، توزیع تعداد متناسبی از فضاهای ورزشی کوچک و متوسط در سطح شهر بهتر ازآن است که یک یا تعداد اندکی فضای ورزشی

بزرگ فقط در یک یا چند نقطه شهر ایجاد شوندیکی از وظایف شهرداری‌ها برنامه‌ریزی فضاهای تفریحی ــ فرهنگی است، چون بخش مهمی از زمان فراغت درون شهر در فضایی خارج از منزل سپری می‌شود.فضاهای گذران اوقات فراغت در شهر به مدیریت خاص خود نیاز دارد و همان‌طور که نظام حمل‌ونقل شهروندان در داخل شهر بدون اعمال مدیریت، منسجم و بسامان نخواهد شد فضاها و مؤسسات گذران فراغت نیز باید به شکل یک نهاد اجتماعی با تشکیلات و مقررات ویژه عمل کند تا این بخش از فعالیت‌های شهری که می‌تواند به صورت بالقوه موجب غنای فرهنگی جوامع شهری باشد با کیفیت بهتری انجام گیرد.نقش و وظیفه شهرداری در برنامه‌ریزی و مدیریت ورزشگاه‌هابراساس بند ۲۱ از ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها ــ احداث ورزشگاه یکی از وظایف شهرداری به شمار می‌رود، اما به موجب قانون تاسیس سازمان تربیت بدنی (مصوب خرداد ۱۳۵۰) و تغییرات بعدی آن سرپرست اصلی ورزش کشور، سازمان تربیت بدنی قلمداد شده است. مفاد این قانون نشان می‌دهد وظیفه احداث ورزشگاه توسط شهرداری ملغی نشده است. به موجب ماده یک این قانون سازمان تربیت بدنی ایران به منظور پرورش نیروی جسمانی و تقویت روحیه سالم در افراد کشور و توسعه و تعمیم ورزش و هماهنگ ساختن فعالیت‌های تربیت بدنی و تفریحات سالم و همچنین ایجاد و اداره مراکز ورزشی تاسیس می‌شود. بنابراین ملاحظه می‌شود که وظیفه این سازمان در وهله اول ایجاد هماهنگی در امور تربیت بدنی و در مرحله بعدی احداث و اداره این‌گونه مراکزهاست. از بدو تاسیس این سازمان نیز سیاست سازمان، بهره‌گیری از مشارکت مردم و سایر سازمان‌ها در احداث و اداره مراکز ورزشی بوده است.آیین‌نامه تاسیس باشگاه‌های ورزشی (موضوع تصویب‌نامه شماره ۹۹۶۰ ــ۳۱/۴/۱۳۵۲ هیات وزیران) و قانون اجازه تاسیس باشگاه ورزشی و ورزشگاه توسط مردم با نظارت دولت (مصوب ۱۸ دی ۱۳۶۹) با این سیاست همسو هستند. لذا این قانون وظیفه ساخت و اداره ورزشگاه‌ها را در انحصار سازمان تربیت بدنی نمی‌داند و

وظایف قانون شهرداری‌ها در این زمینه به قوت خود باقی است. شهرداری‌ها موظف هستند با هماهنگی سازمان تربیت بدنی به این وظایف مصوب عمل کنند.مرکز ورزشی شهرمرکز ورزشی شهر تقریبا همه فضاهای ورزشی مورد نیاز شهروندان را در بردارد. اگر چه احداث برخی از این فضاها مانند پیست اسکی قایق‌رانی و مسیر کوه‌نوردی به شرایط اقلیمی و محیطی شهر بستگی دارد و در بعضی از شهرها امکان احداث این فضاها وجود ندارد سایر رشته‌های ورزشی در تمام شهرها قابل اجرا هستند. اندازه، شعاع عملکرد، جمعیت تحت پوشش و ظرفیت این مرکز ورزشی به جمعیت و اندازه شهر بستگی دارد و بسته به مورد؛ تعیین می‌شود. مهم‌ترین معیار در مکان‌یابی فضاهای ورزشی، آسانی دسترسی است. اما ضوابط تحقق این معیار در سطوح گوناگون متفاوت است. به عنوان مثال: دسترسی آسان در مرکزهای ورزشی ناحیه و بالاتر، مستلزم برخورداری این مرکزها از شبکه دسترسی مناسب و با ظرفیت بالاست؛ زیرا برخلاف سایر فضاهای فرهنگی و تفریحی (مثل کتابخانه ها، فضاهای بازی و مانند آنها که پیشتر بررسی شدند) مراجعان به این فضاها، افزون بر بهره‌برداران شامل تماشاچیان نیز می‌شود. بنابراین هنگام برگزاری مسابقه‌ها تقاضای سفر برای مراجعه به این مرکزها افزایش می‌یابد و در صورت نبود شبکه دسترسی مناسب اختلال ترافیکی گسترده‌ای در اطراف مرکز ورزشی به وجود می‌آید.یکی دیگر از معیارهای مکان‌یابی این فضاها حفظ آسایش شهروندان است. این فضاها باید در جایی از شهر واقع شوند که سبب اختلال در آسایش شهروندان نشوند. استفاده از فضای سبز، سرپوشیده کردن فضاهای ورزشی و به کارگیری سایر راه‌هایی که برای کاهش آلودگی صوتی به کار می‌آید، به تحقق این معیار کمک می‌کند.شیب کم زمین از دیگر معیارهای مکان‌یابی برای بیشتر رشته‌های ورزشی است. به جز رشته‌هایی مثل کوه‌نوردی و اسکی که به شیب زیاد نیاز دارند. دیگر رشته‌های ورزشی در زمین‌های کم‌شیب انجام می‌گیرند.همجوار بودن زمین هم باید مورد توجه قرار گیرد و انتخاب زمین باید پس از بررسی کاربری زمین‌های همجوار و تعیین میزان سازگاری یا ناسازگاری آنها با فعالیت‌های ورزشی انجام شود.معیارهای برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشیمهم‌ترین معیار برنامه‌ریزی زمین‌های ورزشی، توجه به نظم سلسله مراتبی این فضاهاست. بنابراین، توزیع تعداد متناسبی از فضاهای ورزشی کوچک و متوسط در سطح شهر بهتر از این است که یک یا تعداد اندکی فضای ورزشی بزرگ فقط در یک یا چند نقطه شهر ایجاد شوند.سطح سرانه پیشنهادی برای زمین ورزش واحد همسایگی ۲ متر مربع به ازای هر نوجوان، برای مرکزهای ورزشی محله ۴/۱ متر مربع به ازای هر نفر و برای مرکزهای ورزشی ناحیه ۲/۱ متر مربع به ازای هر نفر است.مرکزهای ورزشی واحد همسایگی فاقد فضای بسته‌اند و ۱۰۰ درصد آنها به فضای آزاد اختصاص دارد.احداث مجموعه‌های ورزشی بزرگ، باید در قالب طرح‌های توسعه شهری و در چارچوب نظام کلی کاربری‌ها انجام گیرد ـ.اصول مدیریت زمین‌های ورزشییکی از اقدام‌های موثر شهرداری‌ها در تعمیم ورزش، احداث زمین‌های کوچک ورزشی در مقیاس واحد همسایگی یا محله است. شهرداری‌ها می‌توانند افزون بر زمین‌هایی که کاربری ورزشی دارند و توسط سازمان تربیت بدنی یا شهرداری تملک شده‌اند، زمین‌های بلاتکلیف و بی‌مالک را که در بعضی موارد به دلیل تجمع نخاله ساختمانی، زباله و زایدات، موجب آلودگی محیط زیست نیز شده‌اند؛ شناسایی کنند و آنها را به فضای ورزشی تبدیل کنند. بدیهی است، اگر مالکان این زمین‌ها شناسایی شدند، توافق آنها برای تملک زمین و تغییر کاربری آن به زمین ورزشی جلب می‌شود و در صورت عدم توافق بر سر مالکیت زمین توسط شهرداری، زمین یاد شده به صاحب آن عودت داده می‌شود (با توجه به این که سازه‌های احداث شده در این زمین‌ها به سادگی برچیده می‌شوند، مشکلی در این تغییر و تحول به وجود نمی‌آید).برای نظارت بر این زمین‌های کوچک و تنظیم مواردی مانند ساعت‌های کاری زمین، گروه‌های استفاده کننده، استفاده‌های مجاز یا غیرمجاز و نگهداری از تاسیسات آن باید از علاقه‌مندان به ورزش و ورزشکاران یا از معتمدان و پیشکسوتان محل، فرد یا افرادی از طرف شهرداری انتخاب شوند و عهده‌دار مدیریت این زمین‌ها شوند.اگر شهرداری تنها به فضاسازی ورزشی بپردازد و فضاها را بعد از احداث در اختیار تربیت‌بدنی قرار دهد، به ایجاد مدیریت یا سازمانی ویژه، برای اداره امور ورزشی در شهرداری نیازی نیست، اما اگر شهرداری خود عهده‌دار اداره این مرکزها شود

باید سازمانی در شهرداری اداره امور را به عهده گیرد.برای اداره ورزشگاه‌های بزرگ، ملاحظه الگوهای فعالیتی و کاربری اراضی پیرامون ورزشگاه و پیشگیری از ناسازگاری‌های احتمالی با فضاهای همسایه و ملاحظه جوانب ایمنی و امنیتی ضروری است.یکی از اقدام‌های مهم در گسترش ورزش بین همه گروه‌های اجتماعی، احداث ورزشگاه‌های ویژه بانوان است.با استفاده نوبتی از ورزشگاه‌ها، در فضاهای ورزشی صرفه‌جویی شود و امکانات ورزشی به طور مساوی در اختیار زنان و مردان یک شهر قرار گیرد. بدین طریق می‌توان از احداث ورزشگاه‌های تکراری برای زنان و مردان در یک محله یا ناحیه دوری کرد

http://www.karajsport.ir/farsi/news/detail.asp?id=۷۰۴

استراتژی‌های منابع انسانی در ورزش

دکتر فریدون وردی نژاد

سازمانها ، شرکت‌ها و بنگاه‌های گوناگون در هر جامعه‌ای برای پاسخگویی به رخدادهای محیطی و بکارگیری امکانات سازمانی نیازمند استراتژی و راهبرد مناسب هستند . تعیین استراتژی برای هر مجموعه و نهادی نیازمند شناخت نقاط قوت و ضعف و اشراف بر فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی است.در هر سازمانی ، از جمله سازمانهای ورزشی، دستیابی به اهداف،

در گرو روز آمد نمودن برنامه‌ها و تعیین شیوهٔ حرکتی و نقشهٔ راه ، مبتنی بر روشهای نوین و کارآمد است. با توجه به اهمیت نیروی انسانی در سازمانهای نوین ، ایجاد یکپارچگی میان استراتژی‌های منابع انسانی با استراتژی کل سازمان یکی از چالشهای مدیریت امروزین است . در مدیریت نوین ، نیروی انسانی منبع اصلی فرآیند افزایش کارآیی به حساب می‌آید و به همین دلیل می‌بایست مجموعهٔ نیروی انسانی به مثابه یک سیستم تلقی شده و با استراتژی کلی سازمان مرتبط و هماهنگ گردد. به تعبیر روشن‌تر، نیروی انسانی، نحوهٔ تأمین، نگهداری، هدایت و بکارگیری آن جزئی از استراتژی سازمانها و بنگاه‌ها قلمداد می‌شود. به طور کلی اگر استراتژی کلان سازمانی مبتنی بر « نوآوری و برجستگی » باشد؛ استراتژی منابع انسانی آن سازمان « توجه به نیروی انسانی و کمک به خلاقیت کارکنان » خواهد بود . اگر استراتژی سازمان ، تولید و عرضهٔ انبوه ، استاندارد و گسترده باشد، (استراتژی کاهش هزینه) استراتژی نیروی انسانی تحت تأثیر ارزشهای فنی است و کارآیی و شاخص‌های فنی، اصل خواهد بود. شرکتی که دارای « استراتژی تدافعی » است ، دارای بازار محدود و با ثبات برای کالا-و خدمات خود است . این بنگاه از بعد نیروی انسانی ، بر « کارآیی » تأکید دارد و از سهم بازار خود دفاع می‌کند. مجموعه‌ای که « استراتژی تهاجمی » دارد ، از طریق کالا و بازار در پی خلق فرصت‌های جدید است . این گونه سازمانها منابع انسانی را صرف « نوآوری و دستیابی به شایستگی‌ها و هم افزایی» می‌نماید و به درون سازمان کمتر توجه دارد. سیستمی که دارای « استراتژی تحلیل گر » است، همزمان در « بازار با ثبات و پویا » فعالیت می‌نماید و اغلب در بازارهایی که حاضر است" ، پیشرو "می‌باشدمدیریت ورزشی ، نظیر سایر سازمانهای تولیدی و خدماتی وظیفهٔ برنامه‌ریزی ، سازماندهی ، تخصیص منابع ، رهبری و هدایت و کنترل را در عرصهٔ ورزش بعهده دارد. در عرصه ورزش و تندرستی ، به یقین نیروی انسانی ، ورزشکاران برجسته ، مربیان و کادر فنی و پشتیبانی این حرفه ، دارایی محسوب شده و به عنوان « مزیت رقابتی » منظور می‌شوند در این عرصه ، برای یافتن « استراتژی‌های مناسب منابع انسانی » نخست باید در شیوه‌ای تطبیقی با سایر سازمانها ، استراتژی کلی نهاد ورزشی کشور مورد توجه و عنایت قرار گیرد.همانگونه که از « نگاه پورتر » سازمان‌ها می‌توانند « استراتژی تمایز و یا « حداقل هزینه » را برگزینند، سازمان و تشکیلات مسؤول امور ورزش کشور می‌تواند در چارچوب رسالت و مأموریت سازمان ، برای دستیابی به اهداف تعیین شده ، استراتژی کلی سازمان خود و فدراسیون‌ها و شاخه های مختلف را تعیین و اجراء نماید . در این مسیر شاید محوری‌ترین سؤالی که در قدم اول به چشم می‌خورد این است که « مدیریت ورزش کشور » در عرصهٔ رقابت و حرکت ورزشی کشور بدنبال « استراتژی ورزش همگانی » است، یا استراتژی مطلوب این سازمان و بخشهای تابعه و

پیرامونی این نهاد، « استراتژی ورزش قهرمانی » است؟اگر بخواهیم از استراتژی‌های مشهور سازمانها در این عرصه بهره ببریم ، تقسیم‌بندی پورتر می‌تواند تا اندازه زیادی در این مسیر راهگشا باشد. با این فرض ، به نظر می رسد که تناسب معناداری میان « استراتژی تمایز » با « استراتژی ورزش قهرمانی » و نیز « استراتژی کاهش هزینه » واستراتژی ورزش همگانی » وجود دارد. دراین فرآیند، اگر نحوهٔ نظارت و کنترل و هدایت سازمان تربیت‌بدنی ، کنترل رفتار و چگونگی تعامل کارکنان بوده و نیروی کار خود را از داخل سازمان تهیه نماید (ساخت و آموزش نیروی انسانی)، استراتژی منابع انسانی سازمان « استراتژی پدرانه » خواهد بود. در استراتژی انسانی پدرانه به بازار و توان داخلی نیروی سازمان تربیت بدنی مراجعه می‌شود و توجه روی دستمزدها خواهد بود و به توان بالقوه افراد، و نه شایستگی فعلی آنان ، توجه می‌شود و در شاخص‌های کاری و مأموریتی به شغل عنایت می‌شود. اگربرای تربیت بدنی ، نتیجهٔ کار ، پیروز شدن در میدانهای رقابت، پیروزی و سبقت جویی و قهرمانی مورد توجه باشد ، در اصل سیستم کنترل سازمان و نظارت و هدایت روی نتایج و دستاوردها متمرکز خواهد بود و اگر تکیهٔ نیروی انسانی بر توان داخل سازمان استوار باشد استراتژی نیروی انسانی سازمان ، « استراتژی متعهدانه » خواهد بود. در این استراتژی ، با توجه به اینکه سیستم نیروی انسانی متکی بر بازار کار داخلی است و افراد حقوق بگیر هستند ، توجه مدیریت سازمان و بخشهای گزینشی ان به آینده است و تلاش می‌شود که افراد در سازمان ماندگار شوند. اگر سازمان تربیت بدنی و مدیریت ورزش کشور ، در بخش نیروی انسانی بر بازار کار خارجی (خارج از سازمان) تمرکز نماید ، شکل کنترل ، ارزیابی و نظارت و هدایت این سازمان، استراتژی منابع انسانی را به سمت « استراتژی پیمانکارانه » یا « استراتژی ثانویه » سوق خواهد داد. در استراتژی پیمانکارانه که نیرو از خارج سازمان و کنترل هم بر بازده و خروجی و نتایج و نشان‌ها تمرکز دارد، استراتژی پیمانکارانه شکل خواهد گرفت . در این استراتژی ، فرآیند کار و رفتار کارکنان دارای برنامهٔ قبلی است ، بنابراین به توانایی بالقوه و آیندهٔ افراد توجه نمی‌شود و شایستگی بالفعل و کنونی و عملی افراد و اعضای جامعهٔ ورزشی مورد توجه است و تلاشی برای آموزش و بهبود و توسعه نیروی انسانی به عمل نخواهد آمد. در حالی که در استراتژی ثانویه(تأمین نیرو از خارج سازمان و کنترل برفرآیند کار و رفتار کارکنان)، شغل‌ها دارای برنامهٔ قبلی هستند و به رفتار ، آداب ، نحوه تعامل و چگونگی برخورد کارکنان و انجام کار توجه جدی می‌شود. در جامعه ورزشی که روحیهٔ جوانمردی ، قهرمانی، گذشت ، ایثار و از خود گذشتگی رواج دارد ، انتخاب استراتژی مناسب برای جامعهٔ ورزشی و در پرتو این استراتژی، انتخاب راهبرد مناسب منابع انسانی ، از اهمیت بالایی برخوردار است.بر این اساس ، چگونگی پرداخت پاداش و نحوهٔ تقدیر و سپاس از عملکرد اعضای جامعهٔ ورزش در استراتژی‌های گوناگون، میزان اثر بخشی هر یک از استراتژی‌ها را تعیین می‌نماید.در هر صورت در جامعه ورزشی ایران، علاوه بر موضوع ارزیابی، پاداش و پرداخت، چگونگی روابط انسانی و مسایل فرهنگی، اخلاقی و ارزشی هم مورد توجه و تأثیر گذار است. بدین معنا که افراد علاوه بر تشویق‌های مادی و پولی انتظار دارند که ارزشهای مشترک و تعهد متقابل جامعه ورزشی در شکلی متوازن، حمایت گر و پشتیبان آنان باشد و بشدت از حالت داد و ستدی و ابزاری گریزان هستند. آنان، بویژه کسانی که قهرمانان میدانهای نشان‌آور بوده‌اند، علاقه‌مند هستند که « شخصیت و جایگاه» آنان در جامعه ورزشی و در سطح ملی مورد عنایت باشد و در « تصمیم سازی » های مربوط به ورزش و استراتژی‌های مورد عنایت به شکلی حضور ، بروز و تأثیر داشته باشند.

http://www.verdinejad.com/VisitorPages/show.aspx?IsDetailList=true&ItemID=۱۴۶۲۲,۸

مدیریت سازمان های ورزشی

۳۸۹ ، ۰۷:۴۱ مدیریت سازمان های ورزشی دکتر مهرزاد حمیدی استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

خلاصه کتاب- تلخیص : ریحانه نوروزی- تاریخچه: مطالعه تمدن های پیشین بیانگر این واقعیت است که مدیریت و سازمان اداری

پدیـده نوظهوری نیست. در نوشـته های متفکران دوران باسـتان مباحثی از قبیل منشا حکومت و چگونگی ایجاد سازمان های دولتی رابطه حکومت با فرد ضـرورت پاداش و مجازات تقسیم کار میان بخش ها و طبقات مختلف سازمان اجتماعی و غیره دیده می شود. ایرانیان یونانیان هندیان چینی ها و مصـری های باستان در عمل تجارب مفیدی را در زمینه اداره امور کشور داری کسب نموده بوده اند. و بررسـی نظام های دوران گذشـته اولا می تواند تجربه های زیادی را در اختیار گذارد و موجب گسترش دیدگاه های تاریخی و تحلیلی مـدیران گردد ثانیا بیانگر این واقعیت است که مدیریت دانش ایجاد شده توسط یک قوم یا ملت خاص نیست بلکه توسـط ملل مختلف و به صورت تدریجی پدید آمده و در کنار هم قرار گرفته و تکامل یافته است. انقلاب صـنعتی سبب ایجاد و دگرگونی و تغییرات در نظام کهنه و قـدیمی گردیـد و با خود فراورده های صـنعتی و تکنولوژی را به جامعه بشـری عرضه نمود در واقع باعث ظهور دانش مـدیریت به مفهوم امروزی شد. تا اواخر قرن نوزدهم دانش مدیریت مانند سایر علوم در قلمرو فلسـفه قرار داشت اما در اوایل قرن بیسـتم مانند سایر علوم در شـمار یکی از علوم مستقل درآمد و در دانشگاه ها مراکز پژوهشی معتبر دنیا دانش پژوهانی به شناخت اصول و مفاهیم ناشـناخته این علم برانگیخته شدنـد. در این فصل به علت تنوع بسـیار نظریات مـدیریت دسته بنـدی گوردن جـویت را مورد بررسـی قرار می دهیم۱ نظریات سازمانی(کلاسیک)۲ نظریات انسانی(نئوکلاسیک)۳ نظریه سیسـتم های اجتماعی نظریـات سازمانی(کلاسـیک):منظور از نظریات سازمانی نظریاتی است که بیشتر متوجه ساخت و ترکیب سازمان تقسـیم کار کنترل عملکردها و تخصصـیکردن وظایف تاکید دارد. برخی از نظریات و نظریه پردازان موثر در این بخش عبارتند از: بروکراسـی ماکس وبر : مـاکس وبر اولین کسـی بود که نظریه هـای سازمـان اجتمـاعی و اقتصادی را نوشت. واژه بروکراسـی نزد مردم به معنای دیوان سالاری و کاغذ بازی و عـدم کارایی است اما از دیـدگاه وبر به سازمان بزرگی اتلاق می شود که دارای تشـکیلاتی منظم و مرتب است که در آن کلیه اعضا و روابط آنها با یکدیگر از روی برهان های عقلانی و منطقی مشـخص گردیده است.ب) تئوری مدیریت علمی : این تعـوری در مبـاحث مـدیریت بـا نـام تیلور آمیخته شـده. در این تعوری از نیروی انسـانی به عنوان یـک انرژی ماشـینی و مکانیکی در تکنولوژی جدید اسـتفاده می شود. در واقع انسان با روح یک ماشـین بی روح تلقی می شود به همین دلیل است که به این تعوری تعوری ماشـین نیز گفته می شودبه طور خلاـصه می توان تعوری مـدیریت علمی بـا مـدیریت کلاسـیک را چنین تعریف کرد: عبارت است از: اداره امور یک گروه انسانی برای رسـیدن به هـدف سازمانی با سـرعت هرچه بیشتر در اجرای فعالیت ها اراعه مزد و همچنین پـاداش متنـاسب در قبال آنهاج) ترکیب سازمانی هنری فایول : نام فایول بهـد از تیلور همیشه به عنوان پیشـرو مکتب مدیریت کلاسـیک یا مدیریت علمی مدنظر خواهد بود. او معتقد بود که مدیر یا رعیس باید دارای اسـتعداد مدیریت و احاطه کامل در اجرای امور را داشـته باشد تا بتواند برنامه های سازمانی را با حداقل هزینه و ظرف کمترین مدت با داشـتن حداکثر کارایی انجام دهد.۲– نظریات انسانی : که بشتر بر روی وجود انسانی و ویژگی های شخصـیت انسانی پایه گـذاری گردیـده است. تئورسین های نئوکلاسـیک معتقدنـد که مـدیران سازمـانی بایـد بتواننـد سازگـاری اجتمـاعی اعضـا را با کارشان و با دیگران بنحو صـحیح بوجود آورنـد. سازگـاری اجتمـاعی اعضـا بـا کارشـان از طریق ایجاد انگیزش تحقق می یابـد.۳– نظریه سیسـتم هـای اجتماعی : سیسـتم به مجموعه ای از اجزای وابسـته اطلاق می شود که پیوسـته در حال کنش و واکنش متقابلنـد و برنامه ریزی سیسـتمی متضـمن بررسـی جمیع موقعیت ها و روابط موجود میان آنهاست و به اجزای سازمانی بصورت جداگانه توجه ندارد.سازمان به عنوان یک سیستم پویا بطور دائم در حال دریافت انرژی یه شـکل منابع جدید مانند نیروی انسانی مواد و وسایل اعتبار و یا اطلاعات از محیط می باشد. این انرژی جدیـد به نام درون داد به سیسـتم وارد می شود سیسـتم به تغییر یا دگرگونی روی درون داد می پردازد که فراینـد نامیـده می شـود. بـا بهره گیری از فراینـد سیسـتم می توانـد برون داد یـا محصول خود را ارائه کنـد. تعریف سازمـان تعـاریف مختلفی در مورد سازمان توسط صاحبنظران ارائه شده است که برخب از آنها بدین شـرح می باشد۱)   سازمان زاییده فعالیت های گروهی است که افراد گروه برای رسـیدن به یـک هـدف معین و مشـترک دور هم جمـع می شوند۲)   سازمان ها عبارتنـد از سیسـتم های اجتماعی

پایدار که فعالیت های اعضای آن برای رسیدن به هدف های محدود و مشخص هماهنگ شده است. یکی از مشهورترین انواع دسته بندی سازمان تفسیم بندی آن به سازمان رسمی و غیر رسمی می باشد مدیریت ذاتی است یا اکتسابی اکثر علما مدیریت را به عنوان مجموعه ای از توانایی های ذاتی و اکتساب ها یا آموزش ها تلقی کرده اند به عبارت دیگر وجود یک زمینه ذاتی یا استعداد در ایفای وظیفه مدیریت ضروری است که باید به مدد اکتساب ها و آموزش ها رشد و توسعه یابد فصل ۲ برنامه ریزی در تربیت بدنی و ورزشدر این فصل دانشجو با اهمیت برنامه ریزی و انواع آن و شیوه کاربرد آن در تربیت بدنی و ورزش آشنا می شوند تعریف برنامه ریزی : برنامه ریزی شامل تعیین و انتخاب هدف ها در قالب خط مشی تبدیل هدف به صورت برنامه عملیات و پیشبینی چگونگی اجرای آنها می باشد در واقع برنامه ریزی بر اساس پیش بینی و دور نگری درباره اینکه برای رسیدن به هدف معینی چکاری چگونه در طی چه مدت زمان و به وسیله چه افرادی بایستی انجام شود استوار است اهمین برنامه ریزی : برنامه ریزی از مهمترین وظایف مدیران است در واقع برنامه ریزی تعیین کندده جهت است و امکانات و نیروهای انسانی را در مسیری وحدت بخش بکار می اندازد. معمولا فقدان برنامه با فقدان جهت همراه ست طبقه بندی یا ابعاد مختلف برنامه ریزی : ۱ بعد زمانی که به سه دسته بلند مدت میان مدت و کوتاه مدت تقسیم می شود۲ قلمرو ۳ سطح۴ استمرار یا عدم استمرارفرایند برنامه ریزی جامع ۱ تعیین و تدوین اهداف آینده سازمان ۲ شناخت اهداف و استراتژی های موجود سازمان۳ تجزیه و تحلیل شرایط محیطی سازمان۴ تجزیه و تحلیل منابع و امکانات سازمان ۵ شناخت وضع موجود سازمان ۶ تعیین تغییرات مورد لزوم در استراتژی ها۷ تصمیم گیری در مورد استراتژی مطلوب۸ اجرای استراتژی جدید ۹ کنترل و سنجش استراتژی جدید در عملبرنامه ریزی عملیاتی مدیران و مسئولان سطوح پایین تر سازمان با الهام از برنامه ریزی جامع سازمان و اهداف کلی سازمان می بایست با برنامه ریزی عملیاتی تحقق بخش اهداف جزئی در واحد خود باشند. برنامه ریزی عملیاتی به شیوه های مختلفی صورت می گیرد که در اساس دارای مشترکات و مشابهت هایی هستند. که در اینجا به ۴ نوع متداول از برنامه ریزی عملیاتی و کاربرد آن در فعالیت های ورزشی اشاره می کنیم که عبارتند از: ۱ جدول زمان بندی عملیات مدیر ورزشی در طول ماه ۲ برنامه ریزی عملیاتی از طریق جدول کارنما۳ کاربرد جدول کارنما در برنامه ریزی عملیاتی ورزشی ۴ کاربرد جدول کارنما در رویدادهای ورزشی فصل سوم سازمان دهی در تربیت بدنی و ورزش سازمان دهی از عناصر و وظایف مهم مدیریت است و عبارت است از: تقسیم کار ضروری بین واحدهای سازمانی و مشاغل مشخص برای تحقق هدف های معین و ایجاد هماهنگی لازم براب اطمینان از این که واحدها و مشاغل متناسب با هم عمل خواهند کرد.سازمان دهی هدف نیست بلکه وسیله ای موثر برای رسیدن به هدف است و علاوه بر تقسیم کار تعیین شرح وظایف و طبقه بندی آنها را بر حسب افراد با واحد های مختلف سازمان شامل می شود فرایند سازمان دهی : سازمان دهی فرایندی است که انرژی متمرکز انسان و مادی برآمده از برنامه ریزی را جهت رسیدن به اهداف سازمان به تحرک وا می دارد.تشکیل هر سازمان مستلزم تقسیم کار طبقه بندی و وظایف و تفویض اختیارات است۶گام برای سازماندهی در نظر گرفته شده است که عبارتند از: ۱ اسقرار هدف های سازمان۲ تعیین و تشکیل هدف های پشتیبانی خط مشی ها و برنامه ها ۳ تشخیص و طبقه بندی فعالیت های ضروری برای تحقق آن۴ دسته بندی فعالیت ها ۵ واگذاری فعالیت ها به سرپرست هر گروه ۶ ارتباط و هماهنگ نمودن بخش هاسازمان دهی رویداد ورزشی باید توجه داشت که سازمان دهی و تعیین ساختار سازمانی یک رویداد ورزشی خود هدف نیست بلکه وسیله ای است برای اجرای بهینه و موفق آن رویداد. لذا سرپرست برگزاری می تواند نمودار مناسبی را با توجه به هدف رویداد سطح برگزاری نیروی انسانی موجود نحوه انجام فعالیت ها اعتبارات و امکانات در دسترس طراحی نماید.و در آخر هم برخی از ضرب المثل ها و پیام های مربوط به مدیریتعلاج واقعه قبل از وقوع باید کرداولین اشتباه آخرین اشتباه استتجربه را تجربه کردن خطاستعینک ها قابل تعویض هستند ولی چشم ها نهانسام می تواند از ۳ طریق زیر از حوادث پیشگیری کند:۱ از طریق تجربه (از همه تلخ تر)۲ از طریق تفکر و تعقل (از همه عالی تر) ۳ از طریق تقلید (از همه سهل تر)پیشگیری امروز را به علاج فردا

موکول نکنید

خلاصه کتاب مدیریت در سازمانهای ورزشی

۷:۲۰ مدیریت در سازمانهای ورزشی اثر روبن آگوستاو هرناندز

خلاصه کتاب: تلخیص: علیرضا رئیس الساداتی وعلی بازوبندی- بافت اجتماعی ورزش معاصر: وضعیت اجتماعی در نیمه دوم فرن نوزدهم میلادی و در آغاز عظیم ترین نهضت ورزشی تاریخ معاصر چنین بود این نهضت ارزشهای سلامتی و تندرستی فردی را احیا و جوانان را برای پرداختن به فعالیتهای ورزشی مطابق با اصول تربیت بدنی– علم ورزش –ورزش رقابتی- وآرمانهای امروزی المپیک تشویق کرد .امروزه اصول آرمان گرایانه در وضعیت بحرانی قرار دارد .مادی گرایی و منفعت مالی در اولویت قرار گرفته است جوانان امروزی غرق در چنین محیط مادی گرایانه ای در جستجوی مسیر خود هستند و در این جستجو به دنبال شیوه های جدیدی از رهبری و هدایت می گردند آنچه جوانان امروزی میخواهند رهبرانی هستند که احساس تعهد داشته باشند کسانی که از ریا کاری و تظاهر دوری کنند ودر راه پیشبرد ورزشی کشور تمام توان و قدرت خود را به کار بندند.روند های جدید در ورزش زمانه تغییر کرده همان طور که نگرشها و رفتار افراد تغییر کرده است در نتیجه بافت یا مضمون اجتماعی ورزش دستخوش تغییر بسیاری شده است امروزه علاوه بر احترامیوتقدیر و تشکر عمومی پاداشهای جدیدی نیز در انتظار قهرمانان است که عبارتند از :آوازه و شهرت– افتخار– پول وشان اجتماعی .برد مهمترین هدف است و برنده گان مسابقات بدون توجه به موقعیت حقوقی– اصول آموزشی یا ارزشهای اجتماعی به خاطر متافع تجاری و دستاوردهای مادی تبدیل به بتهای جدیدی با اسامی دهن پر کن شده اند .سازمانهای ورزشی در سطوح ملی و بین المللی در حال ترک آوردگاههای ورزش رقابتی و سپردن فعالیتهای ورزش حرفهای به دستان تجار ورزشی وترتیب دهندگان مسابقات اند این سازمانها به طور هم زمان در معرض فشارهای وارده از سوی نگرشهای سیاسی– تجاری و قدرت طلبانه قرار گرفته اند . دیر یا زود همه این آشفتگیهای ساختارهای کنونی ورزش را تهدید به تباهی میکشد و فدراسیونهای ملی را وا میدارد یا صحنه های ورزشی را ترک کنند یا به جای خوش خدمتی به شکل تماشاگرانی منفعل "بدون ایفای نقشی مهم" با قی بمانند بد ترین دشمن یک سازمان ورزشیبد ترین دشمن یک سازمان ورزشی امروزی نه سازمانهای ورزشی دیگر – نه ورزشهای دیگر – نه محیط اجتماعی – نه ورزشکاران و نه حتی منتقدان و مخالفانند .دشمن شماره یک هر سازمان ورزشی ساختار سازمانی خود آن سازمان ورزشی است سازمانهای ورزشی به دلیل بی کنشی در معرض خطر از دست دادن متخصصان خود و جذب آنان توسط سازمان دهندگان حرفه ای مسابقات قرار دارند .کسانی که حاضرند فرصتهای بهتر کسب و کار را در اختیار این متخصصان قرار دهند .بی کنشی هنگامی که با فقدان ساختار سازمانی – عدم رویه های اجرایی و بی لیاقتی مدیران همراه شود نه تنها خود سازمان ورزشی را بلکه نهضت ورزش امروزی را به ویرانی خواهد کشاند .اصول و عملکرد های یک سازمان ورزشی افرادی که خواهان ایجاد یک باشگاه- انجمن- کمیته ...ومانند آن هستند اول باید ساختار اولیه و توسعه آتی آنرا ترسیم کنند.اصول اساسی آن را تعریف کرده و روشی را برای ارتباط با اعضاء بر قرار سازندسوألات اساسی اساسنامه عملیاتی پس از تعریف شرح وظایف سازمان* اعضای بالقوه سازمان دقیقا چه کسانی ویا چه نهادهایی هستند.* اهداف سازمان چیست .* اولویتهای سازمان چیست .* بدنه تصمیم گیری سازمان را چه کسانی تشکیل میدهند و قدرتشان را از کجا به دست می آورند .* هر سطحی از سازمان چه اختیاراتی دارد .* ارتباطات بین بخشهای سازمان چگونه است .**** در نهایت شما تصمیم میگیرید که چه ساختار اداری باعث میشود که این بخشها به بهترین وجه به فعالیت بپردازند .****جلساتاغلب اوقات گروهی از افراد برای بحث در مورد برقراری و ایجاد یک سازمان به گفتگو با یکدیگر می نشینند در این زمان است که آنها اهداف اولویتها و عملکرد بخشهای تصمیم گیری را پیشنهاد میدهند اما در جلسات بعدی مواردی چون مجاری ارتباطی – ساز وکار آتی برای

رسیدن به اهداف و اولویتها و افراد در بخشهای ساختاری مد نظر قرار میگیرد .اطمینان حاصل کنید که همه موارد مذکور در دستور جلسات شما گنجانده شده است . جلسات مقدماتی سازمانجلسات برای تشکیل یک سازمان ورزشی باید به پیروی از اصول بنیادی باشد با این اصول است که از برقراری جلسات موفق و نهایتا دسترسی به اهداف سازمان اطمینان حاصل میشود این اصول شامل تعریف رونوشتی از اهداف – آگاهی کامل افراد از آن اهداف – داشتن اطلاعات کلی قبلی در مورد اهداف جلسه – وآشنایی قبلی سازمان دهندگان جلسه با تمامی شرکت کنندگان است .اهداف جلسه*جلسه یک هدف وموضوع به وضوح تعریف شده داشته باشد .*شخصی که با شرکت کنندگان در جلسه ارتباط بر قرار میکند کاملا از تمام جزییات مرتبط با اهداف جلسه آگاه باشد وبتواند به خوبی آنها را توضیح دهد .*افرادی به جلسه دعوت شوند که به خوبی از اهداف جلسه مطلع بوده و آن را درک کرده باشند *فردی که جلسه را سازماندهی میکند اسامی کلیه افراد دعوت شده را به منظور رسیدن به حضورآنان بداند.جلسات تدارکاتیچنین جلساتی برای گروههای کوچکی از افراد تشکیل میشود که نیازمند برقراری جلسات متوالی برای ارایه پیشنهاداتی در خصوص موضوعات و اساسنامه سازمان هستند هنگامی که جلسات تدارکاتی به نتیجه رسید جلسه نهایی برقرار میشود که در آن اعضای دعوت شده بر سر ایجاد سازمان و اصول اساسی آن به توافق میرسند همچنین در این جلسات موضوع تقاضا برای ثبت قانونی و تایید رسمی آن سازمان از سوی مراجع ورزشی وسیاسی کشور مورد بررسی و توافق قرار میگیرد جلسات سازمانی از زمانی که یک سازمان ورزشی شروع به کار کرد جلسات میتوانند در سطوح مختلفی برگذار شوند .مهمترین سطوح در یک سازمان ورزشی که جلسات باید به طور منظم در آن سطوح برگذار شوند عبارتند از :* سطح عملیاتی* سطح اجرایی* سطح تصمیم گیریسطح عملیاتی : جلسات در این سطح کارکنان مربوط به اداره برنامه های جاری سازمان– اجرای تصمیمات وسیاستها –افراد فعال در برنامه ها– طرح های سطح عملیاتی یا اجرایی سازمان - را در بر میگیرداین جلسات عملیاتی سازمان درون حوزه ها – بخشها – واحدها ی مختلفی تقسیم شده اند سطح اجرایی:معمولا به گروهی از افراد که مربوط به اداره و هماهنگی فعالیتها و دستیابی به اهداف تعیین شده در اساسنامه واجرای تصمیمات مجمع عمومی اند کمیته اجرایی اطلاق میشود .سطح تصمیم گیری :گروهی که متصدی نظارت بر وظایف مدیریتی محول شده به کمیته اجرایی و رییس سازمان است مجمع عمومی اطلاق میشود .مجمع عمومی بیشترین اختیار رادارد وبالاترین مرجع تصمیم گیری در سازمان است این مجمع باید به منظور نظارت بر اینکه تصمیمات اتخاذ شده به صورت کامل اجرا شده است یا خیر به صورت منظم تشکیل جلسه دهد .جلسات مجمع عمومی میتواند به صورت فوق العاده و خارج از زمانهای معمول تعیین شده نیز بر گذار گردد.در چنین مواقعی رییس مجمع عمومی باید :*چرایی برگذاری جلسه را کاملا توجیه نماید و اهداف آنرا به طور شفاف تصریح کند *از انتظاراتی که از جلسه مذکور میرود به طور کامل آگاه باشد .*اطمینان حاصل کند که این جلسه تنها یا بهترین راه دستیابی به هدف جلسه است .*دیگر گزینه های بر آورده ساختن هدف جلسه نظیر هم فکری از طریق مکاتبات با افراد برای رایزنی با آنها و مکالمات تلفنی را بررسی کرده باشد .اثر بخش ساختن جلساتبرای تسهیل کار اداری و کمک به اداره موثر و آسان سازمان از نظر مدیریتی باید از چند اصل زیر پیروی کنید .این اصول به سازماندهی هر چه پربارتر جلسات کاری و جلسات مجمع عمومی یاری میرساند و به سازمان کمک میکند تا مسیری روشن و صریح برای فعالیتها و برنامه هایش تعیین کند در صورتی که رییس و دبیر جلسه آمادگی کافی نداشته باشند هیچ جلسه ای نمیتواند به اهداف خود دست یابد چنین آمادگی ای نیازمند سه چیز است :آمادگی شخصی – لوازم و تجهیزات – دانش چگونگی اداره جلسه انواع سازمان دهی :شرکتهای تجاری ممکن است اشکال مختلفی از سازمان دهی را دنبال کنند اما سازمانهای ورزشی باید این موضوع را به یاد داشته باشند که بنابر دلایل زیر متمایز از دیگر سازمانها هستند: اولا: بنابر حدود اخیارات و وظایف تفویض شده ثانیا:بر مبنای الگوهای مختلف تصمیم گیریانواع سازماندهی بر مبنای فرماندهی خطی :این گونه سازماندهی ها از طریق اختیارات و وظایف تفویض شده مشخص میشود که شامل ساختارهای فرماندهی وظیفه ای (بر مبنای تقسیم کار)- و

منطقه ای هستند .سازماندهی فرماندهی وظیفه ای :اختیار و وظایف در فرماندهی خطی بر روی یک شخص متمرکز شده است که ممکن است مدیر یا رییس سازمان باشد .دستورات از سوی این شخص به افراد پایین دست و تحت فرمان صادر میگردد .سازماندهی منطقه ای : سازماندهی منطقه ای هماهنگی و سرپرستی در درون هر منطقه جغرافیایی را بهبود می بخشد . قدرت اجرا :اعمال از حرفها رساترند (گزنوفون ۴۲۸-۳۵۴ ق م)سازمانهای ورزشی درست مانند ورزش کاران دارای سطوح عملکرد اجرایی مختلفی هستند که از آمادگی – آموزش – تعهد آنها به ساختار قدرت و توان در واحدهای مدیریتی که برنامه ها یا رویدادهای ورزشی زا اجرا میکنند بستگی دارد ودر مورد ورزشکاران به عضلات و بخشهایی از مغز که درگیر حرکات جسمانی مورد نظر فعالیت ورزشی هستند بستگی دارد .عملکرد اجرایی سازمانهای ورزشی با عملکرد رقابتی ورزشکاران مطابقت دارد . برای هر دو آنها یادگیری و درک از طریق تمرین وتجربه یه دست می آید ((سعی کن .در صورت شکست دوباره سعی کن))کلید های موفقیت :مردان بزرگ بلندیها پیموده اند و این کار صعودی ناگهانی به دست نمی آید بلکه آنها در حالی که رقبایشان خوابیده بوده اند .شب هنگام برای صعود تلاش کرده اند .مهمترین کلید موفقیت در شعار بالا نمایان است بنا بر این مدیریت ورزشی موفق به سازمانهای ورزشی ای نیاز دارد که به کار کردن باتلاش زیاد علاقه مند باشند روز وشب به وظایف خود عمل کنند و به طور مستقل برای – خود شکوفایی – تلاش کنند . ارتباطات :برای موسسات و سازمانهای ورزشی جدید شامل دو مفهوم اساسی ارتباط خارجی و ارتباط سازمانی است .این دو پایه ضروری برای موفقیت هر موسسه یا سازمان ورزشی به شمار میروند چرا که سطح درک سازمانی بین سازمان و محیط خارج را ارتقاء میبخشند .ارتباط شفاهی :این نوع ارتباطات یکی از متداوب ترین روشهای مورد استفاده در گردهمایی ها وجلسات و کنگره ها است که مستلزم سخنرانی از جانب فرستنده برای گیرنده است .ارتباط شفاهی بهترین وسیله برای انتقال یک اندیشه به شخص دیگر و بهترین روش برای مذاکره در مورد تعهد نامه ها یا دستیابی افراد به یک هدف است .این روش به هنگامی که غرد با شخص دیگری روبرو میشود روش بسیار مواثری است اما دامنه دسترسی آن بسیار محدود است .این روش برای تعداد زیاد مخاطبان پیشنهاد نمی شود .ارتباط نوشتاری : این نوع ارتباط روشهای متنوعی را در بر می گیرد و دارای اثرات طولانی مدت است تعداد گیرنده ها نا محدود بوده و آنها بدون واسطه مجذوب محتوای پیام میشوند . روزنامه ها– مجلات و بولتن های خبری از روشهای بسیار مواثر ارتباط نوشتاری به شمار می آیند .ارتباط شنیداری و دیداری :این روش ارتباطات با پیدایش تلویزیون – امواج رادیویی – مخابرات و شبکه های ماهوارهای گسترش پیدا کرد ه است این شیوه از روشهای بسیار پیشرفته و پر هزینه ارتباطات است که ارزش و تاثیر کذاری آن نسبت به سایر روشها بیشتر است آنها بر اذهان دریافت کنندگان غیر فعال تاثیر مستقیم دارند و دارای اثر روانی زیادی هستند .ارتباط الکترونیکی :این نوع ارتباط جزو جدید ترین روشهای ارتباطات محسوب میشود و روزی به پیشرفته ترین شکل خود در خواهد آمد . سخت افزار ها و نرم افزارهای خاصی مورد نیاز کاربران هستند .پست الکترونیکی میتواند به دو شکل بین سازمانهای مختلف و درون یک سازمان مورد استفاده قرار گیرد .کار کردن با رسانه ها:همکاری با رسانه ها فقط از طریق فعالیتهای روابط عمومی به منظور کمک به ایجاد برداشتی مناسب در میان روزنامه نگاران اصحاب تلویزیون و رادیو و سایر اشکال رسانه ای مواثر است این موضوع نیازمند آن است که شما در مورد نیازهای رسانه ای وفعالیتهای روابط عمومی از شناخت و درک مناسب بر خوردار باشید.برقراری ارتباط رسانه هابه منزله یک اولویت :شما باید ارتباطات نزدیکی با رسانه ها بر قرار کنید و هر چیزی را که باعث دور شدن از آنها میشود کنار بگذارید چرا که توسعه و تقویت یک رابطه ای حرفه ای با رسانه ها جزو اولویتها و نیاز های اصلی یک فدراسیون ملی میباشد.مدیران ورزشی باید دانش ومهارتهای مورد نیاز برای ایجاد چنین رابطه ای را توسعه دهند و بارسانه ها همکاری داشته باشند .اخبار چیست :اخبار هنگامی رخ میدهند که مردم کا ر مهمی میکنند یا به چیز با ارزشی دست می یابند .اندازه جامعه تاثیر قابل ملاحظه ای بر وسعت گزار خبری رویدادهای خاص دارد علاوه بر این سازمانهای کوچک مجبورند سازمانهای ورزشی بزرگ وورزشهای حرفه ای برای

یافتن مکانی در مطبوعات و رسانه های الکترونیکی رقابت کنند .رویارویی با رسانه ها:مدیران ورزشی باید چگونگی مواجهه با رسانه ها – توجه خاص به آنها و برخورد با مطبوعات را یاد بگیرند در رویارویی با رسانه ها باید به رفتارهای مطلوب و نامطلوب زیر توجه کرد :رفتارهای مطلوب با رسانه ها :از طریق تلفن یاری رسان ودر دسترس باشید . همیشه زمانی را برای مطبوعات در نظر بگیرید حتی اگر برنامه زمانی شلوغی داشته باشید خودتان شخصا به روزنامه نگاران خبر بدهید .نماینده های رسانه ها را دعوت وبا آنها ملاقات کنید تا در یابید که به چه چیزی و چه موقع نیاز دارند .با روزنامه نگاران به طور صحیح – صادقانه– و عادلانه رفتار کنید و در پاسخگویی به هر سوال بیشترین تدبیر خود را به کار ببرید.هم خبرهای مثبت و هم جنبه های منفی را ذکر کنید فقط اخبار خوب راگزارش نکنید .تصاویر مناسب اطلاعات درست و موضوعات جاری را برای مطالب خبری فراهم کنید رفتارهایی که در برخورد با مطبوعات باید از آنها اجتناب کرد :اظهارات ناشی از سهل انگاری و بی احتیاطی اعمال اغتشاش جویانه و جنجالی بیان اظهارات محرمانه و خصوصی در خواست از یک شخص برای مطالب خبری درون تهدید مطبوعات به وسیله خود داری از حمایت وپشتیبانیاستفاده از ترفندهای تبلیغاتی که مطبوعات را گمراه کند ترویج موضوعات بی اهمیت– مصدود کردن خبرها با طغره رفتن– سانسور فشار یا نیرنگ بازاریابی ورزشی بازار یابی ورزشی بر روشهای مورد استفاده برای فروش یا توزیع خدمات ورزشی یا تولیدات ورزشی برای کسب پول نقد یا ارزش غیر نقدی اطلاق میشود .در خلال زقابتهای والیبال جهانی در سال ۱۹۹۸ در توکیو صاحبان بازیها در خواست این مجوز را کردنند که لباسهای بازیکنان را بارنگ کشورها و نام بازیکنان تولید کنند و در معرض فروش قرار دهند .شناخت دقیق بازار یابی ورزشی برای رهبران ورزشی امری ضروری است زیرا آنها را قادر میسازد درک بهتری از نیازهای ورزشکاران حرفه ای برای هدایت بازاریابی مسابقات آنها داشته باشند .حمایت مالی شرکتی :این حمایت رویکردی در بازاریابی ورزشی است که بر مشارکت چندین شرکت تجاری برای حمایت مالی از رویداد ورزشی تاکید میکند این روش استفاده از ورزشکاران– رویدادهای ورزشی یا برنامه های مختلف ورزشی را در فعالیتهای بازاریابی و تبلیغ برای یک شرکت تجاری شامل میشود .این روش بر اساس دیدگاه شرکتی به وجود می آید .برای مثال بعد از ۱۹۸۸ کمیته بین المللی المپیک برنامه شرکتهای المپیکی را برای حمایت مالی از بازیهای المپیک تدوین کرد .چگونه یک مدیر ورزشی باشیم .اصول اساسی در مدیریت ورزشی :در دراز مدت ارزش یک سازمان به ارزش افراد تشکیل دهنده آن بستگی دارد .سازمانهایی که به منظور در اختیار داشتن افراد به آنها به منزله وسیله مینگرد و آنها را تحقیر میکند و کوچک میشمارد بلاخره میفهمد که با افراد کوچک هیچ چیز بزرگی به دست نخواهد آورد .برای اینکه بخواهید یک مدیر ورزشی اثر بخش باشید باید اصول کلی را راجع به مدیریت بدانید چگونگی سازگاری این اصول را با عرصه ورزشی در کنید و سپس آنها را در سازمان خود به کار بندید .شما در سراسر دوران حرفه ای خود به کرات با این اصول اساسی کار خاهید داشت مفاهیم مدیریت :وظایف مدیریتی اساسا در راستای برنامه ریزی – سازماندهی هماهنگی و کنترل جهت یافته اند یک مدیر خوب هم نیاز مند ای مهارتها و هم نیازمند قابلیت تصمیم گیری است .در جهان در زمانی که فکر میکنیم در حال هدایت کردن خود در حال هدلیت شدنیم . (لرد بایرون)مدیریت سنتی : اساسا با این تفکر به وجود آمده که هر مدیری باید از سطوح بالایی از مهارتهای برخوردار و علاوه بر آن دارای قابلیت در برنامه ریزی– سازماندهی هماهنگی و کنترل باشد این تفکر میتواند در مورد کار با کارکنان و همکاران سازمانهای محلی و منطقه ای اعضای باشگاهها لیگ ها و سایر سازمانهای وابسته مورد استفاده قرار گیرد .مفهوم مدیریت سنتی با تعاریف زیر ارتباطی تنگاتنگ دارد .برنامه ریزی :برقرای اهداف کلان اهداف راهبردی سازماندهی : انتخاب و گروه بندی فعالیتهای مناسب برای دسترسی به راهبردهای یازمان و طرح ریزی ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف کلان سازمان هماهنگی :برقراری ارتباطات و تعاملات بین افراد و بخشهای سازمان به منظور اطمینان از اینکه هر بخش سازمان با درنظر گرفتن کل سازمان به فعالیتهای خود میپردازد و فعالیتهای آن بخش در راستای اهداف کلان سازمان شکل میگیرد .کنترل : نظارت برسلسله فعالیتهای سازمان اجرای کامل طرحها برنامه ها و اصلاح

اشتباهات .مدیریت رفتاری بر مبنای اصل انگیزش افراد استوار است که فراتر از برنامه ریزی سازماندهی هماهنگی و کنترل است بهره وری افراد هماهنگی که آنها به اندازه کاغی بانیازها امیال و آرزوهایشان برانگیخته شده باشند بسیار ارتقا می یابد و در این حالت بیشتر به اهداف خود نزدیک میشود .برخورد احترام آمیز و با ملاحظه با اشخاص باعث میشود آنها همه جا خود را همراه با سازمانشان معرفی نکنند .مدیریت سیستمها : مفهوم مدیریت سیستمها بر مبنای هماهنگی تمامی کارکردهای مدیریت استوار است به طوری که این کارکردها بتوانند به خوبی به همراه یکدیگر همچون نظامی یکپارچه عمل کنند .هر چه این کار کردهای مدیریتی بهتر با یکدیگر هماهنگ شوند مدیریتی موفق به وجودخواهد آمد هر سازمان به مثابه یک سیستم است که از اجزای مرتبط به هم تشکیل شده است بنابراین مدیران باید اطمینان حاصل کنند که تمامی اعضا به منزله یک کل یکپارچه برای برآورده ساختن اهداف کلان سازمان در حال فعالیتند .مدیریت در محیط ورزشی : محیط سازمانهای ملی ورزشی از عوامل درونی و بیرونی تشکیل شده است عوامل بیرونی عواملی هستند که در حارج از سیستم قرار دارند و شامل شرایط اقتصادی سیاسی فرهنگی هستند که رودر روی افراد شرکت کننده در فعالیتهای ورزشی قرار دارند عوامل درونی نیز شرایط کاری و فعالیتهای اداری درون یک سازمان ورزشی را شامل میشوداین گونه عوامل در دسترس سازمان هستند .عوامل درونی : عوامل درونی یک سازمان ورزشی با فعالیتهای اداری کارکنان اعضا برنامه های ورزشی و امکانات مرتبط است این عوامل در دسترس سازمان و مدیران است ومدیر میتواند بر آنها تاثیر گذار باشد از مدیران ورزشی انتظار میرود که :ساختار اداری خود را با کارکنان و تجهیزات مناسب هماهنگ سازند تا برنامه های راهبردی به طور موثر اجرا شوند .کارکنان شایسته را استخدام کنند و عمل کرد آنها را مورد نظارت قرار دهند .به منظور دسترسی و استفاده از امکانات ورزشی به دقت برنامه ریزی کنند .با در نظر گرفتن عوامل درون سازمانی و باتوجه به سطوح مدیریتی و نیز موقعیتهای که مدیران با آن روبرو میشوند میتوانند نقشها یا وظایفی را بپذیرند که به صورت ذیل است : تصمیم گیری اجرایی اطلاعاتی عوامل بیرونی :شاید عوامل بیرونی برای ورزش امروزی حتی از اهمیت بیشتری برخوردار باشد ولی معمولا مدیران ورزشی این گونه عوامل را نادیده میگیرند .محیط بیرون یک سازمان ورزشی تشکیل شده از پیش رفتهای فنی در ارتباطات و امور اداری جو سیاسی محیط اجتماعی ورزش ثبات اقتصادی حامیان مالی وجود دیگر فعالیتهای ورزشی جذاب ادراک عمومی در مورد ورزش تمایلات و گرایشهای جوانان در مدارس دانشگاهها و....مدیران عالی در هنگام استخدام کارکنان شایسته (به کار گیری حامیان مالی پر تلاش برای به دست آوردن حمایت سیاسی باید از توانایی بسیار بالایی در مذاکره برخوردار باشند .آنها باید چشم اندازی کلی از سازمان و ساختار آن اهداف و ظرفیتهای آن را برای خود متصور کنند .

تعریف ورزش و مدیریت ورزشی

گردآورندگان: اعظم زشکی-گلپری اکبری مقدمه: مدیریت ورزشی یکی از مدیریتهای جدیدی است که از چند دهه پیش در دانشگاههای معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایشها و تخصص های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی ، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه ای برای خود یافته است. امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش دستاوردها و یافته های پژوهشگران و متخصصان این رشته می باشد . مدیریت ورزشی بیان سازماندهی ، برنامه ریزی ، هدایت و کنترل فعالیتهای ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است . فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد . پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثر بخش برای سازمانها و بویژه سازمانهای ورزشی امری بدیهی و اجتناب ناپذیر است . هدف از این تحقیق آشنایی با فرآیند مدیریت در حیطه تربیت بدنی و ورزش می باشد .فهرست مقدمه ....تعریف ورزش و مدیریت ورزشی

مقدمه مدیریت ورزشی یکی از مدیریتهای جدیدی است که از چند دهه پیش در دانشگاههای معتبر جهانی به عنوان یکی از گرایشها و تخصص های رشته تربیت بدنی و علوم ورزشی در سطوح مختلف کارشناسی ، کارشناسی ارشد و مقطع دکتری جایگاه ویژه ای برای خود یافته است .امروزه نگرش دانشگاهی و علمی به این گرایش دستاوردها و یافته های پژوهشگران و متخصصان این رشته می باشد . مدیریت ورزشی بیان سازماندهی ، برنامه ریزی ، هدایت و کنترل فعالیتهای ورزشی است و ورزش به عنوان پدیده اجتماعی در ابعاد مختلف تاثیر گذار است . فلسفه وجودی مدیریت در تربیت بدنی بیانگر این حقیقت است که مقوله تربیت بدنی و ورزش به عنوان یک تشکیلات گسترده و در عین حال پیچیده نیاز به داشتن مدیران ماهر و کارآمد در سطوح مختلف دارد . پس بنابراین وجود مدیرانی کارآمد و اثر بخش برای سازمانها و بویژه سازمانهای ورزشی امری بدیهی و اجتناب ناپذیر است . هدف از این تحقیق آشنایی با فرآیند مدیریت در حیطه تربیت بدنی و ورزش می باشد .   تعریف ورزش   بیشتر مردم با تجربه و تمرین به معنای ورزش پی برده اند همچنین از دیدگاه اکثر مردم ، ورزش به مفهوم تفریح کردن است ولی در عین حال ممکن است نوعی کار (برای ورزشکاران حرفه ای) راهی برای استخدام شدن (تورهای ورزشی) و یا نوعی تجارت (آژانسهای بازاریابی ورزشی) به شمار آید • . شنایدر و اشپرایتزر (۱۹۸۹) ورزش را فعالیت جسمی آدمی که تحت عنوان قوانین مدون انجام می گیرد تعریف کرده اند • . نظر لوئی (۱۹۹۸) دیدگاه نوعی را با این تعریف ارائه کرد که ورزش باید :* سرشت بازی داشته باشد * شامل پاره ای عناصر رقابتی باشد * مبتنی بر دلاوری جسمی باشد * شامل عناصری از مهارت ، تدبیر و بخت باشد * نتیجه آن ناآشکار باشد • تعریف کاربردی ورزش : پیتر فلونیگ و میلر با این تعریف ورزش که عبارت است از : هرگونه فعالیت ، تجربه ، فعالیتهای شرکتهای تجاری در جهت ایجاد تناسب اندام تفریح فعالیتهای قهرمانی یا اوقات فراغت ، تعریفهای پیشین ورزش را گسترش داده و جامعتر ساختند . از دیدگاه انها ورزش رقابتی است که بر قوانین یا تجهیزات ویژه ای نیاز ندارد ، ورزش شامل فعالیتهایی مانند تمرین بدنی ، دویدن و حرکات موزون که در اینجا نیز به همان معنا به کار می رود ، است . یعنی طیف گسترده ای از فعالیتهای جسمانی و فعالیتهای تجاری مرتبط با ان را در بر می گیرد • تعریف مدیریت ورزشی :مدیریت ورزشی عبارت است از فرآیند تنظیم برنامه ها و نظارت بر فعالیتهای ورزشکاران . اداره فعالیتهای ورزشی سرگرم کننده و امکاناتی که این فعالیتها در آنها انجام می شود نیازمند تواناییها و مهارتهایی است . سمتهای این بخش برای افرادی است که بتوانند مسابقات را برنامه ریزی کنند ، نحوه کارکرد امکانات ورزشی را بدانند ، بر بودجه امکانات ورزشی نظارت کنند . از مهارتها و تواناییهای بسیاری که در حوزه های تخصصی سایر رشته ها وجود دارد استفاده کنند • .مدیریت ورزشی به ۳ حوزه تقسیم می شود :۱- مدیریت مسابقه ورزشی ۲- مدیریت خطرات ۳- مدیریت مکانهای ورزشی ۱- مدیریت مسابقه ورزشی رویدادها در این حیطه می تواند یک رقابت یک رقابت ورزشی ، اجرای یک سیرک یا اجرای یک اثر هنری مانند نمایشنامه ، اجرای یک قطعه طولانی موسیقی یا برنامه حرکات موزون ساز و آواز باشد . هر رویداد در این حیطه موجودیت نمایشی خاص است .* مدیریت موفق هر مسابقه نیازمند توجه به نکات زیر است : - استخدام و آموزش کارکنان - برنامه ریزی جهت ارائه خدمات پزشکی و اورژانس - مدیریت خطرها

– اجازه امکانات لازم – مدیریت آموزش و نحوه استفاده از نوشیدنیها – مدیریت دفتر صندوق و امور مربوط به بلیط – مدیریت خدمات غذایی – حفظ و نگهداری ساختمانها – بازرگانی تبلیغ و ارتباط عمومی – حفظ صحیح اجازه نامه ها و گواهیها- گفتگو جهت عقد قراردادها با حمایت کنندگان – بازاریابی و فروش اقدام تازه – مدیرت جمعیت – مدیریت پارکینگ جمعیت – ارزشیابی نتیجه نهایی۱-۱ برنامه ریزی زمان مسابقه :برنامه ریزی این قسمت در بر دارنده تعیین نوع رویدادها ، محل برگزاری و زمان برگزاری می باشد .هدف از ایجاد امکانات نوع و رویدادی که در آن برنامه ریزی می شود را تعیین می کند ممکن است در یک مجموعه چندین فضای فعالیت وجود داشته باشد . که در این شرایط امکان برنامه ریزی چند رویداد در یک محل و در یک زمان را فراهم می سازد . بنابراین افراد مسئول برنامه ریزی باید به جزئیات توجه داشته باشند و یاداشتهای دقیقی از محل تهیه کنند .۱-۲ گفتگو و عقد قراردادها :هنگامی که یک رویداد به طور رسمی برنامه ریزی شد این رویداد ثبت می شود . تا در زمان تعیین شده به اجرا در آید . در این مرحله گفتگو های مقدماتی هماهنگ کننده و حمایت کننده یا نماینده مسابقات انجام می شود . در این گفتگوها موضوع قرارداد مانند هزینه اجاره ، امکانات و قیمتهای بلیطها تعیین می شود . ۱-۳ ایجاد هماهنگی لازم :پس از عقد قراردادها ، هماهنگ کننده مسابقات طرح انجام فعالیتهای اجرائی و ترتیب انجان آنها را برای هر یک از کارکنان طراحی خواهند کرد . این روش وسیله طرح اجرای مسلبقات است . هدف دیگر این روش ساختن ترتیب انجام کارها و مشخص ساختن زمان لازم برای انجام وظیفه یا کار مشخص است . با این روش پیشرفت کارها با مشکلات با توجه به قرارداد اصلی روشن خواهد بود . در این روش شرایط اغلب با مرور قرارداد و شرح وظایف مشکلات مرتفع می شود . ۱-۴ اجرای مسابقه :پس از برنامه ریزی و پیش بینی اقدامات روز مسابقه از راه رسیده در ساعات تعیین شده روز برگزاری درها باز میشود و جمعیت به داخل می آیند و مسابقه شروع می شود در این زمان هماهنگ کننده رویداد متوجه میشود که او در برنامه ریزی و همهنگی وقایع و مواردی مانند پارکینگ ، توزیع جمعیت و روشهای ارائه نوشیدنیها و کنتال جمعیت موفق بوده و مؤثر عمل کرده است ۲ – مدیریت خطر مدیریت خطر یک عنصر پیوسته با هر عمل مرتبط با مدیریت امکانات است و ما نمی توانیم اهمیت وجود یک مدیر خطر را نادیده بگیریم و مدیریت خطر مدتهاست که در صنعت بازرگانی مورد توجه است فهرست زیر حیطه هایی را روشن می کند که مدیران خطر در ورزش و مکانهای اجتماع عمومی روزانه در آنها حضور دارند • :هدایت منطقه برنامه های آموزشی : از علائم ساده و قابل فهم برای اعلام سیاستهای استفاده از امکانات توسط هواداران استفاده شده است • برای کاهش مسئولیتهای احتمالی همه چیز ثبت شده است • از انجام فعالیتهایی که خلل زیاد و فایده اندک دارند خودداری گردیده است • تمام امکانات و وسایل بازی بازرسی شده است • اطمینان یابد که نظرات کافی و صحیح انجام شده است • اطمینان یابد تمام کارکنان آموزش ویژه و توانا هستند • پیش بینی انجام اقدامات اضطراری و پزشکی صورت گرفته است • راههای تخلیه اضطراری جمعیت مهیا و آماده استفاده است • گزارش حوادث افراد صدمه دیده و نحوه تخلیه جمعیت نوشته شده است نکته : مدیران مسابقات و مکانهای ورزشی از یک مدیر خطر تمام وقت استفاده می کنند .۲- مدیریت مکانهای ورزشی :مدیریت مکانهای ورزشی فرآیند برنامه ریزی اجرا ، هماهنگی و ارزشیابی عملیات روزانه یک مکان ورزشی است . مفهوم مهم در مدیریت امکانات درک چگونگی انجام موفق این رویدادهاست که بستگی به مالکیت امکاتات دارد . بسیاری از امکانات ورزشی دارای مالکیت خصوصی هستند که توسط یک فرد یا شرکت اداره می شود . نمونه اینگونه مکانهای ورزشی در اکثر نقاط جهان وجود دارد . وظایف عمومی مدیریت ورزشO مکاتبات * مدیریت اطلات نگارش * پیش برد اطلاعات * نگه داشتن یادداشتهای بازی و آمارها * مصاحبه * تشویق * تبلیغ * تامین بودجه O سخنرانی در مجامع :* دانش علم و تمرین و ورزش راهنامیی تمرینها * امتحان و ارزشیابی * تجویز تمرین * طراحی * برنامه های فعالیت * پایش برنامه های فعالیت * مربیگری

بـدن سازی * هماهنگ سازی ورزش * مشاوره O ثبت مـدارک ارتباط جمعی :* مـدیریت سازمان بودجه بندی * حسابداری * همانگ سازی * مدیریت پرسنل * مدیریت امکانات * کنترل* هدایت * ارزشیابی * راهنمایی •تاریخچه ورزش حرفه ای ریشه های ورزش حرفه ای را میتوان از یونان باستان دنبال کرد جایی که بازیهای المپیک در سال ۷۷۶ قبل از میلاد آغاز شد . در آن زمان گروهی از ورزشـکاران حرفه ای به نام « اتلتای » وجود داشت این ورزشـکاران مردانی بودنـد که حقوق خوبی دریافت می کردند و از میان سـربازان ارتش به خدمت گرفته و به طور اختصاصـی برای مسابقات خشن وجـدی آن زمان تربیت می شدنـد . ورزشـکاران درقبال شـرکت در رقابت و برنـده شـدن اغلب پاداشـهایی به شکـل جوایز یا پول دریافت می کردنـد . بیس بال اولین ورزشـی است که رشـته ورزشـی تیمی است که حرفه ها را به کار گرفت . بعـد از بیس بـال حـاکی و بعـد از ان فوتبـال و بعـد از آن بسـتکبال به وجود آمـد ورزش حرفه ای تیمی بیش از صـد سال است که بوجود امـده است آغـاز فعالیت حرفه ای زنان ۱۰۰ سـال است که بوجود امـده است . جنبه هـای خـاص ورزش حرفه ای ۴ ویژگی خـاص دارد که ان را از سایر منابع جـدا می سازد :۱- وابستگی یکدیگر ۲- ساختار تشکیلات ارتباطهای کار ۳- مدیریت ۴- نقش تلویزیون از جمله این ویژگیهـاست • مهارتهـای مـدیریت مقوله مـدیریت در قلمرو ورزش دارای نقش حساس تر و مهمتر از موقعیت مربیگری است مـدیر لایق و کارآمـد شخصـی است که مافوق قدرت قانونی خود می توانـد بر افراد تـاثیر بگـذارد . مـدیر یعنی فردی که از ورزشـکاران خود بیش از حـد انتظـار دارد . چرا که او با تاثیر گـذاری بر ورزشـکاران مـوجب می شـود کـه انهـا سـخت تر و فعـال تر تلاش کننـد مربی در مقـام و موقعیـتی قرار دارد کـه می توانـد برای ورزشـکاران خود تصـمیمات میژه ای اتخاذ کنـد به بیان دیگر مربی فردی است که برای اداره تیم دارای قـدرت قانونی است اما این موضوع بیانگر این حقیقت نیست که شـخص به صرف مبی بودن به طور خودکار مدیری مؤثر و شایسته نیز باشد . نکته : یک مربی در صورتی یـک مـدیر شایسـته خواهـد بود که مهارتهـای لازم برای مـدیریت و رهبری ورزشـکاران را داشـته باشـد . در این حالت متوجه خواهـد شـد که پیشـرفت قابـل توجهی در اثر بخشـی و کیفیت مربیگری خود کسب کرده است • . نظریه هـای عمومی در مدیریت و رهبری ۱- نظریه مبتنی بر خصایص مدیریت رهبری بر اساس باورهای عمومی یک مدیر یا رهبر می باید دارای خصیصـه هوشـی و ذکـاوت ، قـاطعیت ، جـذبه ، شـجاعت و قـدرت و اعتمـاد به نفس و از هر لحـاظ کامل باشـد نظریه مبتنی بر خصوصـیات مدیریت به دلیل محدودیتها ی ذاتی علل نامبرده ذیل موقعیت خود را از دست داده است . * این خصوصیات احتیاجات ورزشکاران یا افراد پیرو را نادیده میگیرد * این خصوصـیات اهمیت نسبی ویژگیهای دیگر را نمی تواند به روشـنی بیان کند *خصوصیات مورد نظر عوامل موقعیتی را نادیـده می گیرد ۲- نظریه هـای رفتاری مـدیریت و رهبری در این نظریه ۲ ساختـار مورد بحث است :ساختار اولیه عامـل تجربه * ساختـار اولیه : در حوزه مربیگری زمـانی است که مربی در تلاـش برای دستیـابی به یـک هـدف ، نقش تشکیلاتی خود را مشخص و آن را اجرا کند . او هنگامی می تواند پایه اولیه را پایه گذاری نماید که طرحهای تمرینی خود را سازمانـدهی کرده باشـد ، مسئولیتها را واگـذار کرده باشـد ،راهبردهـای تهاجمی و تـدافعی تهیه و تنظیم کرده باشـد و به طور کلی هدفهای فردی و گروهی را بهبود و توسعه داده باشد . * عامل توجه : به قابلیت شما در حیطه مربیگری با وجود توقعات و انتظارات بالـای ورزشـکاران در عین حـال احترام ، به عقایـد و احساسات آنها گفته می شود • . بهترین نکته ای که در رابطه با نظریه های رفتاری مـدیریت می توان گفت این است که این تئوریها در مورد رفتارها ، ایـده هایی را به ما می دهد که دیگران در ارزیابی خود را از مدیریت ، خیلی مهم می دانند ۳- نظریه اقتصادی در مدیریت و رهبری برای افرادی که ساهاست در زمینه مدیریت مطالعه و تحقیق می کننـد این موضوع روشن شـده است که پیشبینی مـدیریت و رهبری موفق ، پیچیـده تر از بررسـی چند خصـیصه رفتاری یا رفتـار قابل ترجیـح است . در هر صورت این موضوع به نتایـج ثابتی دست نیافته و منجر به تمرکز نوری عوامل وضـعی گردیـد .□ سبکهای مدیریت و رهبری۱- سبـک مدیریت دستوری وجه تمایز اصلی سبک مدیریت دستوری از دیگر سبکها در این است که

مربی ساختار اولیه وظایف و فعالیتهای ورزشکاران را تعیین و آنها را برای نیل به هدفهای وظیفه راهنمایی می کند . این نوع مدیریت و رهبری بسیار بر « وظیفه مداری » و « وظیفه گرایی » تاکید دارد و نتیجه نهایی آن توسعه و بهبود مهارتهای ورزشی است . در این سبک به عقاید و احساسات ورزشکاران کمتر عنایت می شود . * مربیانی که این سبک را به کار می برند معولا تمایل دارند که :- هدفهای اجرایی و ورزشکاران با تیمها را مشخص نمایند – واگذاری مسئولیتها به ورزشکاران برای عملکرد ورزشی – برقراری یک سلسه مراتب به طرز مفید و مناسب – هر ورزشکار را به صورت فردی و به منظور اجرای حرکات ورزش آموزش دهند – تمامی اطلاعات و آموزشهای ضروری را تهیه و تدارک نمایند – از دو روش تشویق و تنبیه جهت کنترل رفتار ورزشکاران استفاده نمایند ۲- مدیریت و رهبری حمایتی این سبک مدیریت یا رفتار دوستانه ، در دسترس و با ملاحظه توصیف شده است . مربی در این روش مردم گرا می باشد و سعی دارد که ورزشکاران خود را با روحیه شاد و با نشاط نگهدارد . در این سبک وظایف و فعالیتهای اختصاصی بویژه توسعه مهارتها کمتر توجه می کند . نظریه های رفتاری و رهبری اینگونه مدیران را به عنوان مدیر « پر توجه » توصیف و مشخص نموده است مربیانی که از سبک مدیریت و رهبری استفاده می کنند تمایل دارند که :- علاقه قلبی خود را به ورزشکاران نشان می دهند – با ورزشکاران در ضمن کار بیشتر مشورت می کنند – سعی می کنند هماهنگی را در درون تیم برقرار سازند – با ورزشکاران دوستانه رفتار می کنند و در دسترس آنها باشند – ورزشکاران را به ابراز احساسات و علایق خود تشویق نمایند – بیشتر تاکید بر یاداشتهای مثبت داشته باشند تا عامل نتیجه۳- مدیریت و رهبری مشارکتی :این سبک مدیریت و رهبری را « مدیریت تیمی » مینامند زیرا مربی نیز مانند ورزشکاران در قبول مسئولیتها شریک و سهیم است . دراین شیوه مربی با به کاربردن سبک دموکراتیک تلاش می کند تا از اطلاعات و توان فکری ورزشکاران در روند اتخاذ تصمیم استفاده نماید . مربیانی که از سبک مدیریت و رهبری مشارکتی استفاده می کنند که تمایل دارند :- به اعضای تیم اجازه می دهند تا در تعیین هدفها نظرات خود را ابراز کنند – به ورزشکاران اجازه می دهند تا در خصوص چهارچوب تمرینات عقاید خود را بین نمایند – در ارتباط با مشکلات و اختلافات نظرات ورزشکاران به بحث و مذاکره می پردازند – شرایطی را ایجاد می کنند که ورزشکاران به میزان پیشرفت فعالیتهای ورزشی خود نظارت داشته باشند – از سیستم تشویق که چگونگی ان را تیم مشخص می کند (و نه مربی به تنهایی) استفاده می کنند – در موفقیتها و شکستهای تیم خود را شریک می دانند a. مدیریت بین المللی ورزش بین المللی چیست ؟ برای تعیین بین المللی بودن یک ورزش حداقل باید ۲ عامل مد نظر قرار گیرد :الف : سطح یا ساختار : اقدامی است که یک سازمان انجام می دهد ودر آن به بین المللی بودن فعالیتها تاکید می کند . ب- محیطی که در ان فرد یا سازمان در درون یک تشکیلات ورزشی مشغول فعالیت هستند تاریخ ورزش بین الملل برخی معتقدند که بازیهای المپیک تابستانی سال ۱۹۷۳ تولد انقلابی جدید در بازیهای بین المللی است چندین رویداد مهم در این سال خاص به وقوع پیوست که اثر همیشگی بر صنعت و و میعادگاههای ورزش بین الملل باقی گذارد کشته شدن ۹ شرکت کننده در بازیها در دهکده المپیک حرکت تازه ای را در برپایی مسابقات ورزش بین المللی ایجاد کرد و موجب شد شیوه های امنیتی مسابقات المپیک و سایر بازیهای بین المللی برا همیشه دستخوش تحول شود قوانین و تحولات پس از فروریختن دیوار برلین در سال ۱۹۸۹ تاثیر گسترده ای برتعریف تازه حوزه ورزش بین المللی گذاشته است . فروپاشی اتحاد شوروی و آلمان شرقی بطور واقعی تعدادی از قوی ترین ماتهای بازیهای المپیک را از گردونه بازیها خارج ساخت و تعداد قابل ملا حظه ای از ملتهای جدید را به خانواده المپیک اضافه کرد . مدیریت ورزشی از دیدگاه جهانی دانشگاهها و کالج ها هم اکنون در حال تدوین برنامه های درسی برای مدیریت ورزش در بازارهای خارجی هستند این کار را می توانید با برنامه مدیریت ورزشی خود هماهنگ ساخته و یا آن را با شرکت در برنامه معادلات بین المللی که از سئوی دانشگاه ها ممکن است برگزار شود هماهنگ سازید دیگر اینکه نقش ورزش در بازارهای اروپا با توجه به تغییرات گسترده ای که در بازار ورزش اروپائی در حال روی دادن است هر روز اهمیت بیشتری می یابد فلسفه مدیریت و

تـدابیری که در ورزش امریکای جنوبی بکار گرفته می شود شایـد در خلق الگویی جدیـد در ورزش اروپا مؤثر باشـد حرفه ای شـده مـدیریت ورزشـی همانند سایر رشـته ها مانند حقوق ، آموزش ، پزشـکی و تربیت بدنی ،مدیریت ورزشـی نیز کماکان فرآیند حرفه ای شـدن را طی می کنـد . فرآینـد رشد و پیشـرفت هر حرفه ای شامل شامل ۳ برنـامه مجزا است :* مرحله اول : کسب مبـانی نظری مربوط به ان حرفه است که این خود شامل :تصـمیم گیری برای انجام پژوهشـهای تجربی و تخصصات علمی ، طی دوره های تخصصـی دانشـگاهی در بخشـهای تخصصـی و سمتهای دانشگاهی و ارائه مدارک پیشرفته علمی است * مرحله دوم :مستلزم ایجاد خرد فرهنگی متمـایز است . این کار مشـتمل است بر اجتماعی ساختن یا آموزش دادن کارشـناسان آینـده ماننـد خود شـما * مرحله سوم :حرفه ای سازی ، شـناسایی آن حرفه به وسـیله جامعه است این مرحله در بر گیرنده این واقعیت است که بسیاری از افراد خارج از حرفه ، یا کلا در سطح جامعه از وجود چنین حرفه ای آگاهی دارند که شما باید کارشناسان را در آن جامعه شناسایی نمایید نتیجه گیری در جامعه کنونی ما متاسـفانه به مقوله ورزش عنایت چنـدانی نشده است . امید است روز به روز این شـناخت و آگاهی در این زمینه رشد یابد و اهمیت و ضـرورت ان بر و بخصوص مسـئولان رده فوقانی نظام آشـکار گردد تا نابسامانیها و نارسایی ها بر طرف گردد در حال حاضـر متاسـفانه در زمینه مـدیریت ورزش منابع چنـدانی وجود نـدارد و می طلبد که اسـتادان و صاحب نظران مـدیریت ورزشـی هر چه سـریعتر آستین همت را بالا بزنند و کتابهایی را در این زمینه تالیف و ترجمه نمایند که تا اندازه ای جبران مافات شود و این خلع چشـمگیر تا اندازه ای پر شود منابع و ماخذ مدیریت ورزش معاصـر نوشته : جانت بی پارکی ، بورلی آرکی زنگر مترجمـان : سیـد محمـد حسـین رضوی ، محسن بلوریان مـدیریت معاصـردر ورزش نوشـته : جانت بی پارکی بورلی آرکی زنگر ، جرومه کواتر من مترجم : دکتر محمـد احسانی مدیریت ورزش نوشـته لاری ام لیت مترجم : دکتر هاشم کوزه چیان

کنشهای ورزشی و کنشهای اجتماعی

پی یر بوردیو

این گونه می اندیشم که بدون تحریف و مخدوش ساختن واقعیت می توان کل دامنه فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی را، مثل راگبی، فوتبال، شـنا، دوومیدانی، تنیس، گلف و غیره، در مقام «عرضه»ای که در برابر یک «تقاضا»ی اجتماعی قرار دارد، مورد بررسـی قرار داد. اگر چنیـن الگـویی به خـدمت گرفته شـود، دو دسـته پرسـش پیش رو قرار خواهـد گرفت: اول آن که، آیـا حـوزه تولیـدی که برخوردار از منطق و تاریخ خـاص خود باشـد تـا در آن «محصولات ورزشـی» تولیـد شونـد، بـدین معنا که آیا چیزی به عنوان عالم فعالیتهـا و سـرگرمیهای ورزشـی وجود دارد که از نظر اجتماعی درک شود و در برهه معینی از زمان، قابل دسترسـی باشـد؟ دوم آن که، در چه شـرایط اجتمـاعی، امکـان دستیـابی به «محصولات ورزشـی» مختلفِ در حال تولیـد، چیزهایی مثل گلف بازی، خوانـدن مجله «لوکیپ»، اسکی روی چمن و یا مشاهده مسابقات جام جهانی در تلویزیون، فراهم می شود؟ به بیان دیگر، چگونه این تقاضای «محصولات ورزشـی» تولیـد می شود، چگونه مردم به «سـلیقه»ای ورزشـی می رسـند حـال چه در مقام فعالیت و چه در مقام چیزی تماشایی و ورزشی را بر ورزش دیگر ترجیح می دهند؟ قطعاً از رویارویی با این پرسش گریزی نیست مگر آن که انسان معتقد باشد که اصولاًـ نیـازی طبیعی نه فقـط در جهت صـرف انرژی عضـلانی بلکه دقیقتر بگویم در جهت انجـام این یـا آن زورورزی و تلاش هست که به یـک انـدازه در همه زمانهـا، مکانها و محیطهای اجتماعی فرهنگی جریان دارد. (برای ذکر گویاترین نمونه در اثبات تز «نیـاز طبیعی»؛ می دانیم که شـنا، که احتمالاًـ اغلب مربیـان هم به لحـاظ کـارکرد اصـیلش یعنی «نجات یک زنـدگی» و هم به لحاظ تأثیرات فیزیکی اش از آن به عنوان ضروریترین فعالیت ورزشی یاد می کنند، و هرازگاهی هم مورد بی مهری و غفلت واقع شده، به ویژه در اروپای قرون وسـطی، حتی امروزه نیز باید به لطف «رقابتهای» ملی ارضاء و در واقع تحمیل می شود.) به بیان دقیقتر، بر طبق

چه اصولی عاملان و کنشگران اجتماعی در لحظه ای معین از زمان، میان فعالیتها یا سرگرمیهای ورزشی به عنوان نمونه هایی ممکن که به آنها پیشنهاد شده، دست به انتخاب می زنند؟تولید عرضهبه نظرم می رسد که در ابتدا لازم است که با شرایط اجتماعی و تاریخیِ امکان ظهور پدیده ای اجتماعی که همواره آن را بدیهی و مسلّم فرض می کنیم، آشنا شویم: «ورزش مدرن». به بیان دیگر، چه شرایط اجتماعی، پی ریزی مجموعه ای از موءسسات و نهادهای ورزشی را ممکن می سازند که به طور مستقیم یا غیرمستقیم، به وجود فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی وابسته اند؟ این نظام، مجموعه ای از «انجمنهای ورزشیِ» خصوصی یا عمومی را در بر می گیرد که کارکردشان، ارائه و تأمین علائق اهالی ورزشی خاص و وضع و تعیین معیارهای حاکم بر آن فعالیت است، یعنی تولیدکنندگان و توزیع کنندگان کالاها (تجهیزات، ابزار و لباسهای ورزشی و دیگر وسایل...) و خدمات لازم برای رواج و اشاعه ورزش (معلمان، مدرسان، مربیان، پزشکان ورزشی، روزنامه نگاران مطبوعات ورزشی و دیگران...) و همچنین تولیدکنندگان و توزیع کنندگان سرگرمیها و کالاهای مربوطه (تی شرت، عکس ستارگان عالم ورزش و...). حال باید پرسید چگونه این سیاهه متخصصان، که مستقیم یا غیرمستقیم از طریق ورزش امرارمعاش می کنند، رفته رفته شکل گرفت؟ (سیاهه ای که حتی جامعه شناسان و مورخان ورزش نیز در آن جای دارند این مسأله احتمالاً به طرح این پرسش کمکی نمی کند.) به بیان دقیقتر، از چه زمانی این نظام عاملان و موءسسات ورزشی در این حوزه، به عنوان «عرصه رقابت» و محل برخورد میان عاملانی که بسته به موقعیتشان در درون این عرصه از علائقی خاص برخوردارند، به کار افتاد. اگر مسأله، همان طور که سوءالات من حاکی از آن اند، این باشد که نظام عاملان و موءسساتی که علائقشان در گرو ورزش است، گرایش دارد که همچون یک میدان یا حیطه عمل کند، پس نمی توان به طور بی واسطه از طریق مرتبط ساختن پدیده های ورزشی به شرایط اقتصادی و اجتماعی یک کشور، دریافت که این پدیده ها در لحظه معینی از زمان و در یک محیط اجتماعی معین، به واقع چیستند. تاریخ ورزش، تاریخ نسبتاً مستقلی است که حتی وقتی با وقایع مهم تاریخی و اقتصادی و اجتماعی رقم بخورد، باز ضرباهنگ، قوانین تکاملی، بحران و خلاصه سخن آن که گاه شماری ویژه خود را داراست. یکی از وظایف عمده تاریخ اجتماعی ورزش، پی ریزی بنیانهای واقعیِ مشروعیت نوعِ علم اجتماعیِ ورزش به عنوان یک موضوع علمی متمایز است (که اصلاً خود آشکار و بدیهی نیست) آن هم از طریق تعیین این مسأله که با شروع از چه لحظه و از چه مجموعه شرایط اجتماعی، می توان به معنای واقعیِ کلمه، از ظهور پدیده ورزش سخن گفت (آن هم در تقابل با انجام ساده انواع بازیها معنایی که هنوز در لغت انگلیسیِ sport وجود دارد، اما همین واژه در کشورهای غیرآنگلوساکسونی، در همان زمان، به معنای کلمه ایِ مصرف کنشهای اجتماعی جدید و رادیکالی رواج یافت) چگونه این عرصه با منطق خاص خود و در حکم محل بُروز کنشهای اجتماعی کاملاً خاصی پی ریزی شد؟ کنشهایی که خود را در دل تاریخ خاصی تعریف کرده اند و تنها در نسبت با همین تاریخ خاص می توان آنها را دریافت. (به عنوان نمونه، تاریخ قوانین ورزشی یا تاریخ رکوردهای ورزشی، واژه جالبی که یادآور نقش مورخانی است که بر اساس رسالت ضبط و ثبت و تجلیل از فتوحات برجسته، در ساخت حوزه ای خاص با فرهنگی اسرارآمیز مشارکت دارند.)تکوین حوزه نسبتاً مستقلی از تولید و گردش محصولات ورزشیبه نظر مسلّم و قطعی است که تحول از فرم بازی به ورزش، به معنای دقیق کلمه، در تشکیلات آموزشِ مهیاشده برای «نخبگان» جامعه بورژوایی یعنی مدارس خصوصی انگلستان، رخ داد. این مدارس، محل تربیت فرزندان خانواده های اشراف یا قشرهای فوقانی بورژوازی و آشنایی آنها با بازیهای مردمی یعنی مبتذل بودند و به طور همزمان معنا و کارکرد این بازیها را تغییر می دادند، دقیقاً به همان شکل که حوزه موسیقی علمی، رقصهای محلی را دستخوش تغییر ساخت و آنها را در زمره فرمهای ناب هنری مثل «سوئیت» گنجاند: رقصهایی محلی مثل «بوری»۱، «سارباند»۲، «گه وات»۳ و غیره. در توصیف مختصر ویژگیهای این دگردیسی یعنی در مورد «اصل» و جوهره آن می توان گفت که تمرینهای بدنیِ نخبگان از اعیاد اجتماعی معمولی که در آنها بازیهای محلی برگزار می شد، جدا می شوند (برای نمونه از جشنهای کشاورزی) و بدین ترتیب از کارکردهای اجتماعی خاصی محروم شدند (که پیش از هر چیز، کارکردهایی

مذهبی بودند) که هنوز با شماری از بازیهای آئینی پیوند داشتند (مثل بازیهایی آئینی که در تعدادی از جوامع پیشا سرمایه داری در مواقع خاصی از سال زراعی برگزار می شدند). مدرسه، محل تحصیل و فراغت، جایی است که در آن کنشهای بهره مندشده از کارکردهای اجتماعی و ادغام شده در تقویم جیبی به صورت «تمرینهای بدنی» درمی آیند، فعالیتهایی که فی نفسه، به نوعی، هدف اند، نوعی «هنر برای هنر جسمانی»، که با قوانینی خاص اداره می شوند و ابداً به هیچ ضرورت کارکردی تقلیل پذیر نیستند و در یک تقویم خاص جای می گیرند. مدرسه نمونه اعلای عرصه تحقق چیزی است که به آن «فعالیت الکی» می گویند، جایی که فرد در آن، موضع گیری یا نگرشی دور و خنثی نسبت به زبان و جهان اجتماعش اتخاذ می کند؛ ژیمناستیک استفاده ای از تن را در نظر دارد که درست همانند استفاده مدرسی از زبان، نوعی هدف فی نفسه است. (همین قضیه بی شک نشان می دهد که به چه علت فعالیت ورزشی، که شدّت تناوبش همراه با سطح آموزش افزایش می یابد، هرگاه سطح تحصیلات فرد بالاتر باشد، همچون کنشهای فرهنگی، با گذشت عمر آهسته تر تنزل می یابد. مشخص شده است که اغلب در میان طبقات کارگر، انصراف از ورزش فعالیتی که خصلت بازی گونه اش به نظر می آید آن را به طور مشخص امری مناسب حال نوجوانان ساخته غالباً مصادف با ازدواج و ورود به دایره مسئولیتهای جدّی دوره بزرگسالی است.) آن چه در خلال تجربه مدرسه و از آن به دست می آید، نوعی کناره گیری از جهان و دوری از عمل واقعی است، امری که مدارس شبانه روزی بزرگِ طبقه «نخبگان»، شکل کاملاً ـ پیشرفته آن را نمایش می دهند و آن گرایش به عملی بی هدف است، و این گرایش، خود یک جنبه بنیادی از منش «نخبگان طبقه بورژوا» است، کسانی که همواره به صفت «بی غرض بودنِ» خود می بالند و خود را با اتخاذ فاصله ای خودخواسته که هم در هنر و هم در ورزش جلوه می نماید از علائق مادی مشخص می سازند. «بازی منصفانه» به عنوان شکلی از بازی، ویژگی بازی کردن آنهایی است که آن چنان در کار بازی غرق می شوند که فراموش می کنند این فقط یک بازی است؛ آنهایی که «فاصله نقش اجتماعی»شان را همواره حفظ می کنند، و همان طور که گافمن۴ به آن اشاره دارد: این صفت در همه نقشهای اجتماعی که برای رهبران آینده جامعه طراحی شده نهفته است. مستقل ساختن حوزه ورزش، همچنین با فرآیند «عقلانی سازی» همراه است، همان طور که وبر بیان می کند، غایت این فرآیند فارغ از مسأله تفاوتهای محلی و خاص گرایی، تضمین دو عنصر محاسبه پذیری و پیش بینی پذیری است. راهی آسان برای تشکیل فهرستی از قوانین ویژه و ارگانهای تخصصی هم تصمیم گیرنده که دست کم در آغاز اعضایشان از میان «بچه های قدیمی» همان مدارس خصوصی برگزیده می شوند. ضرورت و نیاز تنظیم فهرستی از قوانین ثابت و کاربست پذیر در سراسر جهان، درست زمانی حس می شود که «مبادلات ورزشی» میان موءسسات آموزشی مختلف و سپس میان نواحی مختلف برپا شود. استقلال نسبی حوزه ورزش، تقریباً به شکل روشنی در دو قوه «خودگردانی» (self-administration) و «قانون گذاری» تثبیت می شود؛ قوایی که بر سنتی تاریخی استوار است یا توسط دولت تضمین می شود و موءسسات ورزشی اجرای این قوانین را به عهده می گیرند. این نهادها واجد این حق هستند که معیارهای اداره و برگزاریِ بازیها و مراسم را وضع کنند و با برخورداری از حق کاربرد «قدرت تنبیهی» (توقیف، جریمه و غیره) از رعایت قوانین ویژه ای که نهاده اند اطمینان حاصل کنند. افزون بر این، آنها عناوین و القاب خاصی مثل «قهرمان مسابقات سراسری» در انگلیس و مقام «مربی» را به افراد و تیمها اعطاء می کنند. پی ریزی حوزه ای از کنشهای ورزشی، با گسترش و توسعه نوعی فلسفه ورزش که الزاماً فلسفه ای سیاسی هم هست، در ارتباط است. نظریه «آماتوریسم»، در واقع، یک جنبه از فلسفه آریستوکراتیک ورزش به عنوان کنشی بی قصد و غرض است، کنشی در حکم نوعی فرجامِ بدون غایت، نظیر کنش هنری، که در جهت تعیین فضائل مردانه رهبران آینده جامعه حتی شایسته تر از هنر است. (همیشه در باب هنر رگه ای زنانه وجود دارد: به پیانو و نقش آبرنگ، بانوهای نجیب و جوان همان دوره دقت کنید.) ورزش به عنوان سازوکاری آموزشی در جهت تقویت حس شجاعت و مردانگی شناخته می شود، سازوکاری برای «شکل دادن به شخصیت» و القای «اراده معطوف به برون»، که نشانه یک رهبر حقیقی است؛ البته اراده معطوف به بردن در چارچوب قوانین. این

همان «بازی منصفانه» است که به عنوان نگرشی آریستوکراتیک شناخته می شود که بالکل به تعبیر عوامانه «پیروزی به هر قیمتی» می تازد. به نظرم آنچه در این بحث (که پا به محدوده هایی فراتر از ورزش می گذارد) محل نزاع است، تعریفی از تعلیمات بورژوایی است که با تعریف آکادمیک و خرده بورژوایی در تضاد است: «انرژی»، «شجاعت»، «قوه اراده» فضائل پیشتازان و رهبران (نظامی یا صنعتی)، و شاید بیش از همه اینها، خلاقیت فردی و جسارتها(ی شخصی)، جملگی در تقابل با دانش، فضل و فرمانبرداری «مدرسی» قرار می گیرند که نماد آنها مدارس نظام فرانسوی و قوانین انضباطی آنهاست. خلاصه آن که اشتباه است اگر از یاد ببریم تعریف مدرن ورزش، بخشی ذاتی از یک «آرمان اخلاقی» است؛ یعنی همان منش اخلاقی اقشار مسلط طبقه مسلط که در مدارس خصوصی معظم به ثمر می نشیند، آن هم اساساً برای فرزندان روءسای صنایع خصوصی مثل مدرسه «اکول دو روشه»۵ که سرمشق اصلی تحقق این آرمان است. بها دادنِ بیشتر به آموزش علمی در برابر آموزش حرفه ای، به منش فردی یا قوه اراده در برابر هوش، به ورزش در برابر فرهنگ، در عالم آموزش و تربیت، وجود سلسله مراتبی را تأیید می کند که تقلیل پذیر به سلسله مراتبِ دقیقاً مدرسه ای (که از قطب دوم تقابلهای فوق طرفداری می کند) نیست. و این مسأله، به بیانی، یعنی بی قدر و اعتبار کردن ارزشهایِ اقشار دیگرِ طبقات غالب یا طبقات دیگر جامعه (به ویژه اقشار روشنفکر طبقه خرده بورژوا و «فرزندان معلمان» که رقیبان جدّی فرزندان بورژوازی در عرصه استعداد سرشار تحصیلی هستند)؛ یعنی پیش کشیدن معیارهایی دیگر برای «موفقیت» و اصول دیگری برای مشروعیت بخشیدن بدان به عنوان آلترناتیوهایی برای «موفقیتهای آکادمیک». تجلیل از ورزش به عنوان «بستر تربیتی شخصیت» و غیره، همواره متضمن نوعی ضدروشنفکرگرایی مشخص است. اگر به یاد آوریم که قشر مسلط طبقه مسلط همواره مایل است تا رابطه اش را با قشر تحت مسلط همان طبقه روشنفکران، هنرمندان، اساتید برحسب تقابل میان زن و مرد و محکم و ظریف تصور کند، که بسته به هر دوره تاریخی معنایی متفاوت دارد (مثلاً- موی کوتاه / موی بلند، فرهنگ اقتصادی سیاسی/ فرهنگ ادبی اشرافی و غیره در روزگار ما)، آن گاه درمی یابیم که یکی از مهمترین معانی و دلالتهای اعتلا و رواج ورزش و به ویژه اعتلای ورزشهای «مردانه»ای مثل راگبی چیست و خواهیم دید که ورزش مثل هر کنش دیگر، موضوع کشمکش میان اقشار طبقه مسلط و همچنین میان طبقات اجتماعی است.در اینجا فرصت را غنیمت می شمارم تا در اشاره ای گذرا بر این نکته تأکید کنم که تعریف اجتماعی ورزش محل مناقشه است. حوزه کنشهای ورزشی، آوردگاهی است که در آن، آنچه بیش از همه مورد منازعه است، ظرفیت و قابلیت انحصارطلبانه در تحمیل تعریف مشروع و کارکرد مشروع فعالیتهای ورزشی است: آماتوریسم در برابر حرفه ای گرایی، ورزش به عنوان عرصه مشارکت در برابر ورزش به عنوان عرصه تماشا، ورزشِ نخبه پسند در برابر ورزشِ عامه پسند. این حوزه، فی نفسه، بخشی از حوزه وسیعترِ کشمکشهایی بر سر تعریف «تن مشروع» و «استفاده مشروع از تن» است، منازعاتی که علاوه بر عاملان درگیر در کشمکش بر سرِ تعریفِ کاربردهای ورزشی تن، اشخاص دیگری را نیز شامل می شود نظیر اخلاق گرایان و به ویژه روحانیان، پزشکان (به ویژه متخصصان سلامت جسمانی)، معلمان در وسیعترین معنای کلمه (یعنی حتی مشاوران راهنمای مسائل ازدواج و غیره) و حتی پیشتازان عرصه مد و سلیقه عمومی (طراحان لباس و غیره). نهایتاً باید این مسأله تبیین شود که آیا منازعات جاری بر سرِ قدرت انحصاری در تحمیل تعریف مشروع طبقه ای خاص از کاربردهایش و کاربردهای ورزش، واجد ویژگیهای ثابت و لایتغیر است یا خیر. برای نمونه، می توان به تقابل میان حرفه ایهای امر آموزش جسمانی (مربیان ژیمناستیک، ورزشکاران ژیمناستیک و غیره) و پزشکان اشاره کرد، به ویژه از لحاظ ارائه تعریف مشروع از تمرین ورزشی؛ تقابلی که میان دو گونه خاص از اقتدار یا اتوریته (تعلیمی در برابر علمی) که در ارتباط با دو گونه «سرمایه» خاص هستند، برقرار است. و یا می توان به تقابل همیشگی میان دو فلسفه آنتاگونیست در زمینه کاربرد تن اشاره کرد. فلسفه زاهدانه ای که با عبارت متناقض «فرهنگ جسمانی» (culture) physique بر فرهنگ ضد جسم (antiphysis) ، ضد طبیعت، رفع انحراف، صداقت و تلاش و... تأکید می کند و فلسفه «هدونیستی» دیگری که طبیعت، جسم (physis) را متمایز می شمرد و فرهنگ را به تن و فرهنگ

جسم را به نوعی فرهنگِ «هرچه باداباد" (۶("laiser-faire تقلیل می دهد. به عنوان نمونه، امروزه مکتب «بیان جسمانی» ضد ژیمناستیک که به هوادارانش می آموزد که قوانین انضباطیِ زائد و موانعی را که به همراه قوانین و از طریق ژیمناستیک معمول وضع و تحمیل می شود برنتابند.از آنجا که استقلال نسبی حوزه کنشهای بدنی، بنا به تعریف، متضمن نوعی وابستگیِ نسبی است، درخواهیم یافت که افزایش گرایش به سوی یکی از دو قطب (یعنی قطب زهدگرایی یا قطب لذت طلبی) درون حوزه کنشهای اجتماعی تا حد زیادی مبتنی بر وضعیت مناسبات قدرت در درون حوزه مبارزه برای تعریف انحصاری «تن مشروع» و به صورتی گسترده تر در حوزه مبارزه میان اقشار طبقه مسلط و طبقات اجتماعی بر سر اخلاقیات است. لذا پیشرفت حاصله در هر آنچه که به «بیان جسمانی» تعبیر می شود تنها می تواند در رابطه با پیشرفت زمینه هایی چون روابط والدین و فرزند و از آن هم شایعتر کل مسائل تربیتی فهمیده شود، یعنی پیشرفتِ سنخ جدیدی از اخلاقیات بورژوایی و نوعی آزادیخواهی در امر پرورش کودک و روابط پایگانی و جنسیت که از سوی اقشار رو به رشدِ طبقه بورژوا (و خرده بورژوا) به عنوان جانشینی برای سختکوشی زاهدانه (که عاملی سرکوبگر به شمار می رود) تبلیغ می شود.مرحله اشاعه در میان عواماناگزیر بودیم در اولین مرحله خطوط کلی بحث را ترسیم کنیم که به نظرم تعیین کننده است، چرا که در عرصه های مختلفِ این حوزه، که مع الوصف کاملاً ـ با هم تفاوت دارند، ورزش هنوز نشانه های خاستگاههایش را با خود دارد. ایدئولوژی آریستوکراتیک ورزش به عنوان فعالیتی بی قصد و غرض که از دورنمایه های آئینی گفتار تجلیلی celebratory) discourse) تغذیه می کند نه فقط به پنهان سازی سرشت حقیقیِ سهمِ رو به گسترش کنشهای ورزشی کمک شایانی می کند، بلکه ورزشهایی مثل تنیس، سوارکاری، قایقرانی و گلف، بی شک امروزه نیز بخشی از محبوبیتشان را درست مثل روزهای آغازین مرهون کارکرد متمایزکننده و، دقیقتر بگویم، مرهون دستاوردهایی هستند که در زمینه ایجاد تمایز به بار می آورند. (اتفاقی نیست که اکثریت برگزیده ترین یا غیرعامی ترین باشگاهها، گرداگرد فعالیتهایی ورزشی سازمان یافته اند که به منزله دستاویز یا کانونی برای تجمع برگزیدگان عمل می کنند.) حتی می توان گفت که فواید متمایز در زمانی افزایش می یابند که تمایز میان کنشهای تحسین برانگیز و اشرافی کنشهای متمایز و شاخصی مثل «ورزشهای زیبا» و کنشهای «مبتذل»ی که محصول مردمی و عامیانه شدن شماری از رشته های ورزشی اند که در آغاز ویژه «نخبگان» بودند، مثل فوتبال (و تا حد کمتری راگبی، که شاید تا مدتها منزلت دوگانه و عضوگیری اجتماعی دوگانه خود را حفظ کند) با تقابل روشنتری ترکیب شود، یعنی تقابل میان مشارکت در ورزش و مصرف صِرف سرگرمیهای ورزش. می دانیم که احتمال انجام یک ورزش پس از دوره بزرگسالی (دقیقاً بعد از آغاز مردانگی یا در پیری) همزمان با تنزل فرد در سلسله مراتب پایگان اجتماعی اش کاهش می یابد (همان طور که احتمال پیوستن به یک باشگاه ورزشی نیز)؛ حال آن که احتمال تماشای به اصطلاح محبوبترین برنامه های ورزشی در تلویزیون، مثل فوتبال یا رگبی (البته پدیده حضور در استادیوم، از قوانین پیچیده تری تبعیت می کند) همزمان با ارتقای فرد در سلسله مراتب پایگان اجتماعی وی، به طوری چشمگیر کاهش می یابد.هرچند هرگز نباید از اهمیت مشارکت در ورزش به ویژه ورزشهای گروهی مثل فوتبال در میان طبقه کارگر و جوانان طبقه پایینِ متوسط غافل بود. لیکن نمی توان این واقعیت را نادیده گرفت که ورزشهایِ به اصطلاح مردم پسند مثل دوچرخه سواری، فوتبال یا راگبی نیز واجد کارکرد نمایشی اند (و بخشی عظیم از محبوبیت خود را مدیون مشارکت خیالیِ مخاطب هستند که بر تجربه قبلی از کنش و مشارکت واقعی استوار است). این رشته ها «محبوب»اند، اما بدین مفهوم که این صفت جا می افتد که به محصولات مادی یا فرهنگیِ تولید انبوه اطلاق شود: ماشین، اسباب و اثاثیه منزل یا ترانه های موسیقی. خلاصه آن که، ورزش، این فرزند بازیهای حقیقتاً مردمی یعنی بازیهایی که توسط مردم خلق شده اند مثل «موسیقی محلی»، به شکل برنامه هایی نمایشی که برای مردم ساخته شده اند نزد آنان بازمی گردند. از این رهگذر می توانیم ماهیت ورزش به عنوان یک برنامه نمایشی در هیأت یک محصول تولید انبوه را روشنتر درک کنیم. همچنین سازماندهی سرگرمیهای ورزشی به عنوان شاخه ای از «صنعت شو» میان برنامه های نمایشی نظیر بوکس حرفه ای یا شوهای تلویزیونی و شماری

از وقایع ورزشی معتبر مثل رقابتهای متنوع فوتبال اروپایی یا مسابقات اسکی بیشتر کمّی است تا کیفی. این امر به ویژه زمانی تحقق می یابد که ارزشِ جمعی منتسب به رشته های ورزشی رایج به مخفی کردن مصرف و مشارکت در ورزش و نتیجتاً پنهان کردن کارکردهای مصرف انفعالیِ صرف کمک نکنند. می توان به صورت گذرا این پرسش را مطرح کرد که آیا برخی تحولات اخیر در حوزه کنشهای ورزشی، بعضاً نتیجه سیری تکاملی نیستند که من به سرعت خطوط کلی آن را ترسیم کردم. در نهایت، هر فرد باید به همه ابعاد مضمر در این واقعیت بیندیشد که ورزشی مثل راگبی (در فرانسه هرچند همین امر در مورد وضعیت فوتبال آمریکایی در آمریکا نیز صدق می کند) از طریق تلویزیون به یک برنامه نمایش توده ای تبدیل شده که برای افراد بیرون از محفل مشارکان دیروز و امروز پخش می شود، یعنی برای مردمی که به شکلی نیم بند و ناقص از صلاحیت و استعداد ویژه لازم برای رمزگشایی درست آن برخوردارند. مخاطب «خبره» و آگاه، از آن میزان درک و فهم بهره مند است که بتواند آنچه را یک «آدم عادی» قادر به دیدن آن نیست، ببیند؛ آنجا که آدم بیگانه و خارج از گود، تنها خشونت و آشفتگی را می بیند، فرد خبره وجود ضرورت را تشخیص می دهد و بدین ترتیب در بطن صحت و درستی یک حرکت، اجتناب ناپذیری غیرقابل پیش بینی یک آرایش موفق یا ارکستراسیون معجزه آسیای یک استراتژی تیمی و لذتی به همان میزان عمیق و فرهیخته کسب می کند که یک عاشق موسیقی از اجرای مشخصاً موفقیت آمیز یک قطعه محبوب خویش. هرچه ادراک سطحی باشد، از تعمق در نمایش، در خود و برای خود، لذت کمتری دستگیر فرد می شود و ما بیشتر به سوی جستجوی «هیجان» و کیش فتوحات بدیهی و مهارت عریان رانده می شویم و مهمتر از همه از این طریق ادراک ما به صورتی انحصاریتر به آن بُعد دیگر نمایش ورزشی یعنی «تعلیق و اضطراب در مورد نتیجه» معطوف می شود و از این رهگذر، بازیکنان و به ویژه سازمان دهندگان مسابقه، به کسب پیروزی به هر قیمتی ترغیب می شوند. به بیان دیگر، همه چیز نشان از آن دارد که در ورزش نیز، مثل موسیقی، گسترش حیطه مخاطبان همگی به ورای حلقه آماتورها، موجب تقویتِ حکومت حرفه ایهای تمام عیار می شود.در واقع، پیش از طرح هرگونه تحلیلی از تأثیرات، باید به شکلی دقیقتر علل و عوامل تعیین کننده تحولی را شناسایی کنیم که به موجب آن ورزش، به عنوان نوعی کنش نخبه گرای ویژه آماتورها، به نمایشی بدل شد که از سوی حرفه ایها برای مصرف توده ها تولید می شود. و در این راه، صرفِ به کار بستنِ منطقِ نسبتاً مستقل حوزه تولید کالا و خدمات ورزشی کفایت نمی کند، منطقی که به بیان دقیقتر عبارت است از رشد و بسط صنعتِ سرگرمیهای ورزشی در محدوده این حوزه که غایت آن افزایش کارآیی و درآمد در عین کاستن از خطرات و تهدیدهاست. این امر به طور خاص به ضرورت بهره گیری از کارکنان اجرایی یا متخصص و فنون علمی مدیریت منجر می شود، که به شکلی عقلانی تربیت و نگهداری سرمایه جهانی بازیکنان حرفه ای را سازمان می دهد. برای نمونه می توان به فوتبال آمریکایی اشاره کرد که در آن تعداد خدمه و گروه مربیان و پزشکان و اعضای روابط عمومی تیم از تعداد گروه بازیکنان بیشتر است، و تقریباً همواره به عنوان رسانه ای تبلیغاتی برای تبلیغ تجهیزات ورزشی و صنعت خدمات ورزشی عمل می کند.در عمل، توسعه فعالیتهای ورزشی، حتی در میان اعضای جوانتر طبقه کارگر، بی تردید، خود تا حدی از این واقعیت ناشی می شود که ورزش از قبل گرایش داشت تا، در مقیاسی بس بزرگتر، دقیقاً همان کارکردهایی را تحقق بخشد که در پس امر «ابداع» ورزش در مدارس خصوصی انگلستان اواخر قرن نوزدهم نهفته بودند. حتی پیش از آن که آنها ورزش را، در راستای باور ویکتوریایی، راهی برای «بهبود شخصیت فردی» تلقی کنند، دبیرستانهای خصوصی، یا در اصطلاح گافمن «نهادهای تام»، که باید در طول شبانه روز و هفت روز هفته به وظیفه نظارتی خود عمل کنند، ورزش را در حکم «راهی برای پُر کردن وقت» و راهی بصرفه و اقتصادی برای سرگرم کردن نوجوانانی تلقی می کردند که تربیت آنان مسئولیت تمام وقت این مدارس بود. وقتی شاگردان در زمینهای ورزش اند، نظارت بر آنها کاری ساده است. آنها مشغول فعالیتی سالم اند و بیش از آن که ساختمانها را تخریب کنند و یا معلمانشان را از پا بیندازند، خشم و خشونتشان را بر سر هم خالی می کنند. بدین سبب است که یان ویبرگ۷ نتیجه می گیرد: «ورزش سازمان یافته، تا وقتی مدارس خصوصی وجود

دارند، به حیاتش ادامه خواهد داد.» اگر این نکته را درنیابیم که این «شیوه بی اندازه اقتصادیِ» بسیج کردن، مشغول ساختن و کنترل جوانـان، از قبـل واجـد این گرایش بود که به ابزاری و همچنین هـدفی در مبـارزات میـان همه نهادهایی بـدل شود که، کلاً یا جزئاً، توجه به بسیج و تسخیر نمادین توده ها و در نتیجه رقابت برای تسخیر نمادین جوانان سازمانـدهی شـده اند؛ در این صورت از فهم این مسأله نیز درمی مانیم که محبوبیت ورزش و رشد موءسسات ورزشی که بدواً بر پایه مشارکت «داوطلبانه» نباشد چگونه تدریجاً تصـدیق و شـناسایی شدنـد و سـپس از کمـک مراجع عمومی بهره منـد شدنـد.نهادهای مـذکور شامل احزاب سیاسـی، اتحادیه ها و کلیساهـا، و البتـه روءسای پـدرسالار صـنعتی می شـود، کـه بـا هـدف تضـمین مهـار پیوسـته و کامـلِ جمعیـت شاغـل، نه تنهـا برای کارمندانشان، بیمارسـتان و مدرسه، بلکه اسـتادیوم و تسـهیلات ورزشـی دیگر را فراهم کردند (شـماری از بازشـگاههای ورزشـی با کمک و تحت نظارت کارفرمایان خصوصـی تأسیس شدند، کما این که از نامِ شماری از استادیومها چنین برمی آید). ما با رقابت و جدال بی وقفه در عرصه های مختلف سیاسـی بر سر مسائل ورزشی آشنا هستیم، جدالی که از سطح روستا گرفته (که با چشم و هم چشـمی میان کلوپهای مذهبی و سـکولار، و حتی در نمونه تازه تر آن، با بحث و مناظره بر سـر اولویت بندی تسهیلات ورزشی، که البته خود یکی از مقولات موردبحث در کشمکشـهای سیاسی در مقیاس شهری آن است، همراه است) تا سطح کشور، در مقام یک کل، در جریان است. (برای نمونه، به تقابل میان «فدراسیون ورزش فرانسه» که توسط کلیسای کاتولیک اداره می شود و «فدراسیون امور ورزشـی و تربیت بـدنی توروویـل» که توسط احزاب دست چپی اداره می شود، توجه کنیـد.) مسلّماً همزمان با افزایش اعتبار و یارانه های دولتی و بیطرفی ظاهری باشگاههای ورزشی و مقامات رسمی آنها، ورزش در هیأتی مبدل به موضوع مبارزه سیاسی بدل می شود. این رقابت یکی از مهمترین عوامل در توسعه نیازی اجتماعی یا مبتنی بر کشمکشهای اجتماعی است، یعنی نیاز به کنشهای ورزشـی و همه تجهیزات و وسایل لازم و کارکنان و خدماتِ همراه با آنها. در نتیجه تحمیل نیازهای ورزشـی در نواحی روستایی از همه جا آشـکارتر است، یعنی ظهور تیمها و تسـهیلات ورزشـی، تغییر وضع «باشگاههای جوانان» و باشگاههای «سالمندان»۸ در این دوره و زمـانه، تقریبـاً همواره نتیجه عملکرد خرده بورژواری یا بورژوازی روسـتایی است، طبقه ای که در این جا فرصتی می یابـد تا خدمات سیاسـی خود در زمینه سازماندهی و رهبری را بر همگان تحمیل کند و سـرمایه سیاسـی مبتنی بر «شـهرت» و «افتخار» را، که همواره به شـکلی بالقوه قابل تبـدیل به قـدرت سیاسـی است، انباشت یا حفظ کند.تردیدی نیست که مردمی و عوامانه شدن مدارس «نخبگان» گرفته (جایی که مقام ورزش اکنون از سوی مشـغولیات «روشـنفکری» که خود محصول مقتضـیات رقابت اجتماعی اسـت زیر سوءال رفته) تـا موءسـسات ورزشـی توده مردم، بـا تغییر کارکردهایی که ورزشـکاران و مـدیران آنان به عمل ورزشـی منسوب کرده اند، ضـرورتاً همراه است و همچنین با نوعی دگردیسـی در منطق کنشهای ورزشی که با دگردیسی سطح توقعات و تقاضاهای عموم در رابطه با اسـتقلال فزاینـده برنامه های ورزشـی در مقایسه با وضـعیت کنونی یا پیشـین متناظر است. سـتایش از «مردانگی» و کیش «روح تیمی» که به بازی راگبی مرتبط اند بگذریم از آرمان آریسـتوکراتیکِ «بازی منصفانه» معنا و کارکرد متفاوتی در مورد جوانان اشـرافزاده و بورژوای مـدارس خصوصـی انگلسـتان و پسـران روسـتائیان و کارمنـدان جنوب غربی فرانسه دارد. دلیل این امر صرفاً آن است که برای نمونه، یک حرفه ورزشی، که عملاً از خط سیر قابل قبول برای یک بچه بورژوا خارج است و البته جدای از تنیس و گلف یکی از چنـد مسیر حرکت رو به رشـدی است که جامعه پیش روی بچه های طبقات تحت سـلطه می نهـد. بازارهای ورزشـی برای سـرمایه جسمانیِ این پسران همان نقشی را ایفا می کنند که نظام ملکه زیبایی برای سرمایه جسمانی دختران. خاستگاه کیش کـارگریِ ورزشـکارانی که اصالتـاً از طبقه کارگرنـد، بی شـک بعضـاً با این واقعیت توضـیح داده می شود که این «قصه های موفقیت»، تنهـا مسیر سازمـان یافته منتهی به شـهرت و ثروت را برای جوانان طبقه کارگر نمادپردازی می کننـد. همه چیز بیانگر آن است که علا‌یق و منـافع و ارزشـهایی که اهـالی ورزش در طبقـات کارگر و متوسط پایین، به حوزه اخلاقیات ورزش می آورنـد، با ملزومات امرِ حرفه ای سازی (که البته می توانـد با اشـکال مختلفِ آماتوریسم نیز همزیستی داشـته باشـد) هماهنگ اند و همچنین با

«عقلانی کردن» امر آمادگی و اجرای فعالیتهای ورزشی این فعالیتها به واسطه جستجوی حداکثر کارآیی (که میزان آن معیارهایی مثل «بردها» و «عناوین» و «رکورد»هاست) و به حداقل رساندن میزان ریسک و خطر تحمیل می شوند. (و این به حداقل رساندن خود با بسط یک صنعت تولید سرگرمیهای ورزشی خصوصی یا دولتی در ارتباط است.)منطق تقاضا: نقش کنشها و سرگرمیهای ورزشی در وحدت بخشیدن به شیوه های زندگیدر این بخش از گونه ای «عرضه» سخن خواهیم گفت، یعنی تعریف خاص کنش و سرگرمی ورزشی که در برهه خاصی از زمان، در جواب یک تقاضا، طرح می شود؛ یعنی آرزوها و علایق و ارزشهایی که عاملان یا کنشگران وارد حوزه ورزش کرده اند و در نتیجه برخورد و تعدیل پیوسته میان عرضه و تقاضا، کنشها و سرگرمیهای ورزش تکامل می یابند. البته هر عضو جدید این حوزه باید یک وضع معین تقسیم فعالیتها و سرگرمیهای ورزشی و نحوه توزیع آن در میان طبقات اجتماعی را در نظر داشته باشد، وضعی که فرد تازه نمی تواند آن را تغییر دهد، وضعی که نتیجه تمامی تاریخ پیشین منازعات و رقابتهای میان عاملان و موءسسات دست اندرکار حوزه ورزش است. برای نمونه، ظهور یک ورزش جدید یا راهی جدید برای انجام یک ورزشِ از پیش موجود (فی المثل «ابداع» شنای کرال توسط تراجن۹ در سال ۱۸۹۸) موجب تجدید ساختار فضای کنشهای ورزشی و ارائه یک تعریف جدیدِ تقریباً سراسری از معنای منتسب به کنشهای گوناگون خواهد شد. اما با این که واقعیت این است که عرصه تولید، در این جا هم مثل هر جای دیگری، به تولید تقاضای محصولاتش کمک می کند، با وجود این، منطقی که از طریق آن، عاملان به سوی این یا آن کنشِ ورزشی کشیده می شوند دریافته نخواهد شد مگر از طریق ادغام مجدد مواضع و نگرشهای آنان نسبت به مواضعی که خود مبین یکی از ابعاد رابطه ای خاص با بدن هستند در نظام وحدت یافته مواضع و نگرشها، یا همان «منش» (habitas) ، نظامی که شیوه های زندگی از دل آن برمی آیند. اگر کسی سعی داشته باشد تا اعمال ورزشی را بدون قرار دادن مجدد آنها در جهان کنشهایی که با این کنشهای ورزشی گره خورده اند مطالعه کند دچار اشتباه خواهد شد (و در مورد کنشهای ورزشی این اشتباه احتمالاً عمیقتر از سایر موارد خواهد بود، زیرا مبنا و موضوع آنها بدن آدمی است، همان عامل ترکیب کننده تمام عیاری که همه عناصری را که در بر می گیرد منسجم و متحد می کند). بنیاد یا خاستگاه مشترک همه کنشها، چه ورزشی و چه غیر ورزشی، نظام علایق و ترجیحاتی است که منش یک طبقه را شکل می بخشد. (برای نمونه می توان به سادگی همگونی و همخونی میان رابطه با بدن و رابطه با زبان را، که خاص یک طبقه یا قشرند، اثبات کرد.) مادامی که «بدن برای دیگران» معادل تجلی آشکار فرد و «شخصیت» و «تصور از خود» (یعنی ارزشها و قابلیتهای او) باشد، فعالیتهای ورزشی که هدفشان شکل دادن به بدن است، مبین صوری از تحقق نوعی زیباشناسی و نوعی اخلاق عملی و روزمره اند. کارکرد یک «هنجار» مربوط به رفتار بدن، نظیر راست ایستادن (راست بایست)، دقیقاً مثل نگاه مستقیم یا مدل موی کوتاه، واجد کارکرد نمادین ساختن مجموعه کاملی از «فضایل اخلاقی» مثل صداقت، درستکاری، وقار (رودررویی چهره به چهره برای طلب احترام) و همچنین نمادین ساختن فضایل فیزیکی مثل سلامتی و قدرت و زورمندی است. یک الگوی وصفی کارآمد و توضیح دهنده نحوه توزیع اعمال ورزشی در میان اقشار و طبقات جامعه، باید عوامل مثبت و منفی را به وضوح در نظر بگیرد؛ عواملی که مهمترین آنها «وقت آزاد» (شکل تغییریافته سرمایه اقتصادی)، «سرمایه اقتصادی» (که بسته به رشته به رشته ورزشی امری کم وبیش الزامی است) و «سرمایه فرهنگی» (که آن هم بسته به رشته ورزشی امری کم وبیش الزامی است) هستند. با این حال چنین مدلی هم اگر واریاسیونهای معنا و کارکرد منتسب به اعمال مختلف طبقات و اقشار متنوع جامعه را در نظر نگیرد، در درک و دریافت اساسیترین عوامل شکست خواهد خورد. به بیان دیگر، در بررسی پراکندگی و توزیع اعمال ورزشی متنوع ناشی از طبقات اجتماعی، باید واریاسیونهای موجود در معنا و کارکرد ورزشهای مختلف در میان طبقات اجتماعی را به طور جدّی مدّ نظر قرار داد؛ برای مثال واریاسیونها یا تغییرات مشهود در شدّت و حدّت رابطه آماری میان کنشهای مختلف و طبقات اجتماعی مختلف.نشان دادن این مسأله چنان دشوار نیست که طبقات اجتماعی مختلف بر سر موضوع آثار احتمالی تمرینهای بدنی با هم توافقی ندارند، چه در سطح بیرونی بدن (bodilyhexis) مثل قدرتِ

قابل رویت عضـلات برآمـده و یا برعکس ظرافت و وقار و زیبایی بدن، و چه در داخل بدن مثل سـلامتی و تعادل ذهنی و غیره. به بیان دیگر، واریاسیونهای طبقاتی این اعمال نه فقط از واریاسیونهای عواملی ناشی می شود که تأمین هزینه های فرهنگی یا اقتصادی را ممکن یـا نـاممکن می سازنـد، بلکه همچنین بر واریاسـیونهایی در نحوه کسب و افزودن بر سودهـای فوری یـا به تـأخیر افتاده ای اسـتوار است، سودهایی که از اعمال ورزشـی متفاوت عایـد می شود. (از قضا می توان دیـد که متخصـصان قادرنـد با بهره گیری از اقتدار مبتنی بر شأن و منزلت اجتماعی شان، شـکل خاصی از کسب و افزایش را به منزله یگانه شکل مشروع مطرح کنند، آن هم در تقابل با شـیوه های کسب و افزایشـی که توسط موضعگیریهای مبتنی بر نوعی منش طبقاتی ساختار و شکل می یابند. منظورم طرحها و برنامه های ملی برای تحمیل یک رشـته ورزشـی خاص مثل شناست که، علی الظاهر، بالاتفاق از سوی متخصصان تأیید گشته و به بهـانه کارکردهـای دقیقـاً «فنی» این رشـته بر آنانی که «فایـده ای برایش قائل نیسـتند» تحمیل می شود.) در مورد سودهایی که عملاً کسب می شونـد، ژاک دوفرانس۱۵ به طور متقاعدکننـده ای نشان می دهـد که ژیمناستیک می توانـد برای دو هـدف به کار گرفته شود: تولیـد بـدنی قوی که واجـد نشـانه هـای بیرونی قـدرت است، یعنی هـدف موردنظر طبقه کارگر که توسط ورزش بـدن سازی تـأمین می شـود، یـا تولیـد «بـدنی سـالم» کـه هـدف مـوردنظر طبقه بـورژواست که توسـط ژیمناسـتیک و یـا ورزشـهای دیگری که کارکردشان اساساً «بهداشتی» است تحقق می یابد.امّا این همه ماجرا نیست. منش طبقاتی معنای منتسب به فعالیت ورزشی را تعریف می کنـد و همچنین عوائدی را که از آن انتظار می رود. از جمله این عوائد، ارزشـی اجتماعی است که از پیگیری ورزشـهای خاص ناشی می شود، آن هم به لطف انحصاری و دور از دست بودن این ورزشها که محصول توزیع طبقاتی آنهاست. خلاصه آن که باید به فهرست عوائـد «ذاتی» ورزش (عوائـد واقعی یا تخیلی، که البته فرق چنـدانی با هم ندارنـد) برای بـدن، باید عوائد اجتماعی را هم افزود، عوائدی که از هر کنش متمایزی حاصل می شود و به طور غیر یکسان توسط طبقات مختلف کسب و افزون می شود (طبقاتی که به صورتی نـابرابر به این عوایـد دسترسـی دارنـد). برای نمونه می توان دیـد که گلف، علاوه بر کارکردهای مشـخصاً «سـلامت بخش» خود هماننـد خاویار یا ویسـکی از یک معنا و «دلالت توزیعی» برخوردار است (یعنی همان معنایی که کنشها از نحوه توزیع خـویش در میـان عاملان توزیـع شـده در طبقـات اجتمـاعی کسب می کننـد). یـا می توان دیـد که وزنه برداری، که قرار است تنها عضـلات را تقویت کنـد، سالهـای سـال، به ویژه در فرانسه، ورزش محبوب طبقه کـارگر بود. این از سر تصادف نیست که سالها به طول می انجامد تا مسئولان برگزاری رقابتهای المپیک، وزنه برداری را به رسـمیت بشناسـند، ورزشی که در نظر موءسسات اشرافی ورزش مـدرن، تنها نمایش و نمادی از قدرت و توحش و فقر ذهنی و خلاصه نمادی از طبقه کارگر بود.حال می توانیم نحوه توزیع این کنشـها را در میـان اقشـار و طبقـات اجتماعی بررسـی کنیم. احتمال انجام ورزشـهای متفاوت، البته در مورد هر ورزش به میزانی متفـاوت، اساسـاً به عوامل ذیل بسـتگی دارد: اولاً به سـرمایه اقتصادی و ثانیاً به سـرمایه فرهنگی و وقت آزاد. این احتمال همچنین به سنخیت میان موضع گیریهای زیباشـناختی و اخلاقی خاص هر طبقه یا قشـر و ظرفیتهای عینی کمال اخلاقی و زیباشناختی ای بستگی دارد که در هر ورزش وجود دارد یا به نظر می آید وجود داشـته باشد. ارتباط میان ورزشـهای متفاوت و سن آدمی پیچیده تر است، چرا که این رابطه، تنهـا در چـارچوب رابطه میـان یـک ورزش و یـک طبقه تعریف می شود، یعنی از طریق شـدت تلاش جسـمانیِ مقتضـی و موضع گیری نسـبت به این تلاش، که خود جنبه ای از منش طبقاتی است. مهمترین ویژگی «ورزشـهای مردمی» آن است که آنها به طور ضـمنی در ارتباط با جوانی انـد. جوانی به صورت خودانگیخته و ذهنی واجـد نوعی «جواز موقت» قلمـداد می شود، جوازی که در قالب شـیوه های گوناگون از جمله تلف کردن مازادِ انرژی فیزیکی (و جنسی) تجلی می یابد. این ورزشها خیلی زود کنار گذاشـته می شونـد (معمولاً در لحظه ورود به دوره بزرگسالی و از طریق ازدواج). در مقابل، ورزشـهای بورژوایی که عمدتاً به خاطر کارکرد حفاظت جسـمانی و منفعت اجتماعی حاصله انجام می شوند، همواره واجد این حقیقت مشترک اند که محدوده سنی آنها در فراسوی محدوده جوانی قرار دارد و احتمالاً هر چه این ورزشها اعتبار و انحصار بیشتری داشته باشند، مرز سنی متناظر با آنها

نیز جلوتر می رود (برای نمونه گلف). و این بدان معناست که انجام آن ورزشهایی که، چون فقط به «قابلیت»های جسمانی و استعدادهای بدنی متکی هستند و شرایط دوره آموزش مقدماتی آنها به طور یکسان میان همه توزیع شده است، بی شک در محدوده وقت آزادِ همه به یکسان محتمل است. و در مرحله بعدی، انرژی فیزیکی موجود هم بی شک با ارتقای فرد در سلسله مراتب اجتماعی افزایش می یابد؛ البته اگر دغدغه تمایز و سنخیت اخلاقی زیباشناختی یا «ذوق و علاقه» به این ورزشها، اعضای طبقه مسلط را، برحسب منطقی که در حوزه های دیگر هم دیده می شود (مثلاً عکاسی) دلزده نکند. بدین طریق، اغلب ورزشهای تیمی، مثل بسکتبال، راگبی، هندبال و فوتبال، که در میان کارمندان اداره، تکنسینها و دکانداران رایج اند، و همچنین نمونه وارترین ورزشهای فردی طبقه کارگر، مثل بوکس یا کشتی، همه دلایل را برای دلزدگی طبقات بالاتر گرد می آورند. از جمله این دلایل، ترکیب اجتماعی تماشاگران این ورزشهاست که موجب تقویت ابتذال منتسب به مردمی شدن آنها و ابتذال نهفته در ارزشها و فضائل خاص این ورزشها می شود (یعنی قدرت، استقامت، گرایش به خشونت، روح «فداکاری»)، فرمانبرداری و اطاعت از نظام جمعی: آنتی تز مطلقِ نظریه «فاصله نقش اجتماعی» که در نقشهای اجتماعی بورژوازی نهفته است) و رقابت و تخاصم را ستودنی جلوه می دهد. اگر هدف ما درک چگونگی رواج یافتن متمایزترین ورزشها مثل گلف، سوارکاری، اسکی، تنیس و حتی ورزشهای معمولتر مثل ژیمناستیک یا کوهنوردی باشد، صرف بسنده کردن به تغییرات سرمایه اقتصادی یا فرهنگی یا وقت آزاد مشکل ساز است. اولاً ـ به این سبب که سنّت خانوادگی و تربیت اولیه و هم چنین نوع پوشش، رفتار و فنون جامعه پذیری (sociability) ، دقیقاً مثل موانع اقتصادی در حکم شرایط ورودی پنهانی هستند که این ورزشها را از دسترس طبقه کارگر و افرادی برآمده از قشر پایینِ طبقه متوسط و حتی اقشار بالای این طبقه دور می کنند؛ و ثانیاً، به این سبب که فشارها و الزامات اقتصادی، حوزه احتمال و عدم احتمال را تعریف می کنند و بدون آن که در درون این حوزه جهت گیری مثبتی برای کنشگران به سوی این یا آن شکل خاص کنش تعیین کنند. در عمل، فارغ از این که بخواهیم وجوه تمایز را جستجو کنیم، رابطه هر کس با بدن اوست که یک جنبه بنیادین از نظام منش طبقاتی به شمار می آید که طبقات کارگر را از طبقات محروم مشخص می سازد، دقیقاً همان طور که در همین طبقات محروم هم اقشاری را که به واسطه کل سبک زندگیشان از دیگر اقشار جدا شده اند متمایز می سازد. در یک طرف، رابطه ابزاری با بدن است که طبقات کارگر در همه کنشهایی بروز می دهند که حول محور بدن می گردند چه در مراقبت از زیبایی و چه در رژیم غذایی، چه در نسبتشان با بیماری و درمان و این رابطه در عین حال در قالب انتخاب ورزشهایی نمود می یابد که متضمن سرمایه گذای عظیم کار و کوشش، با درد و رنج (مثل بوکس) و قمار کردن با بدن (موتورسواری، سقوط آزاد، ورزشهای رزمی و غیره) است.در طرف دیگر، گرایش طبقات ممتاز قرار دارد که با بدن به مثابه یک «غایت فی نفسه» رفتار می کنند، غایتی که می تواند شکلهای مختلفی به خود گیرد، بسته به این که تأکید ما بر بدن در مقام یک ارگانیسم باشد، که به نوعی کیش میکروبیوتیک پرستش سلامتی منجر می شود، یا بر تجلی تن به عنوان یک «پیکربندی محسوس» یعنی «بدن برای دیگران». همه چیز نشان از آن دارد که دغدغه پرورش بدن، در بدویترین شکل خود، در شکل کیش پرستش سلامتی نمایان می شود که غالباً متضمن نوعی ستایش زاهدانه آرامش و «مراقبت غذایی» است، به ویژه در میان طبقات پایینِ متوسط، یعنی در میان مأموران دون پایه، کارمندان امور دفتری در خدمات موءسسات درمانی و خصوصاً معلمان دبستان، که همگی با شدّت و حدّت خاصی به ورزش ژیمناستیک می پردازند، یعنی عالیترین ورزش پارسایانه که نهایتاً در نوعی «پرورش به خاطر پرورش» خلاصه می شود.ژیمناستیک یا ورزشهایی که محدود به مسأله سلامتی اند، مثل پیاده روی یا دوِ آهسته، که برخلاف ورزشهایِ با توپ هیچ گونه حس «رقابتی» را در بر ندارند، فعالیتهایی شدیداً سازمان یافته و عقلانی اند. اولاً بدین سبب که پیشفرض آنها ایمانی راسخ به عقل و منافع آتی و غالباً نامحسوس عقل است، منافعی که عقل وعده آنها را می دهد (مثل جلوگیری از کهولت سن، موهبتی مجرد و بی فایده که تنها به واسطه ارجاع به یک مرجع نظری وجود دارد)؛ ثانیاً به این علت که این ورزشها

فقط به واسطه ارجاع به یک معرفت کاملاً نظری و تجریدی در مورد تأثیرات یک فعالیت معنا می یابند؛ فعالیتی که خود غالباً، همچون در ورزش ژیمناستیک، به مجموعه ای از حرکات تجریدی تقلیل می یابد که از طریق ارجاع به یک هدف، که از نظر فنی کاملاً مشخص است، سازمان یافته و ترتیب داده می شوند و این فعالیت در تقابل با کلیت حرکات روزمره است که اهدافی عملی را دنبال می کنند، درست همان طور که رژه رفتن نقطه مقابلِ قدم زدن عادی است. بنابراین فهم این نکته کاملاً روشن است که این فعالیتها صرفاً در نگرشهای زاهدانه افراد جاه طلبی ریشه دارند که حاضرند ارضای خود را در نفس تلاش بیابند و به ارضاهای به تعویق افتاده ای تن سپارند که نهایتاً ایثار کنونی آنان را پاداش خواهند داد این کل معنای هستی چنین افرادی است. در ورزشهایی مثل کوهنوردی (و تا حد کمتری، پیاده روی) که اغلب در میان مربیان دانشگاه و دبیرستان متداول اند، کارکرد «تأمین سلامتی» و کنترل بدن در تمامی ارضاهای نمادینی ادغام می شود که جزئی از انجام هر فعالیت کاملاً متمایز محسوب می شود. این مسأله به فرد، حسی از «تسلط بر بدن خویش» و تملک اختصاصی و آزادِ چشم اندازی را می بخشد که برای عوام غیرقابل دسترسی است. در واقع، کارکردهای «تأمین سلامتی»، کم وبیش همیشه، با آنچه «کارکردهای زیباشناختی» نامیده می شود، مرتبط است (کارکردهایی به ویژه برای زنان که در قیاس با دیگران، نیاز هرچه بیشتری به رعایت هنجارهایی دارند که مشخص می کند بدن نه در پیکربندی قابل فهمش بلکه در نوع حرکت و خرامش چگونه باید باشد). بی شک در میان حرفه ها و کسب و کار جاافتاده بورژوازی است که کارکردهای «تأمین سلامتی» و «زیباشناختی» با کارکردهای اجتماعی در هم می آمیزند و در آن وقت، ورزش در کنار بازیهای خانگی و بده بستانهای اجتماعی (شام، پذیرایی، ...) و در کنار فعالیتهای «بی غرض» و «بی فایده» که انباشت سرمایه اجتماعی را ممکن می سازند قرار می گیرد. این واقعیت که فعالیت ورزشی، به ویژه در شکلهای افراطی آن نظیر گلف، تیراندازی و چوگان، صرفاً بهانه ای برای ملاقاتهای برگزیده یا، به زبانی دیگر، تکنیکی برای معاشرت (مثلاً بریج یا رقص) است، نکته فوق را تأیید می کند. فی الواقع، فارغ از کارکرد «اجتماعی کردن»، رقصیدن، در میان همه عملکردهای بدن، عملکردی است که در آن با بدن همچون یک «نشانه» رفتار می شود، نشانه ای از آسایش و وقار آدمی، یا تسلط آدمی بر بدن خویش؛ و این امر معرف عالیترین شکل تحقق کارکردهای بورژوایی بدن است. اگر این شکل از هدایت بدن به موفقیت آمیزترین شکل در رقص تثبیت می شود، برای آن است که رقص پیش از هر چیز توسط ضرباهنگش مشخص می شود، یعنی توسط آن کُندی حساب شده و متکی به نفسی که در عین حال مشخصه کاربرد بورژوایی زبان است، آن هم در تقابل با صراحت لهجه طبقه کارگر و بی قراری طبقه بورژوا.یادداشتها :۱.«بوری» (bourée) ، نوعی رقص دونفره فرانسوی و یک ترکیب مشخص موسیقایی همراه با رقص، متعلق به قرن هفدهم، که در آن رقصنده با گامهای سریع و کوبیدن پاشنه چوبی کفش بر زمین تولید صدا و ریتم می کند.۲.سارْباند یا ساراباند (saraband) ، ریشه فرانسوی ساراباند و ریشه اسپانیایی ساراباندا، نوعی رقص جمعی متداول در قرن هفدهم و هجدهم با ریتمی کُند که شباهت بسیاری به رقص آهسته «مینوئت» دارد.۳.«گه وات» (gavotte) ، از لغت فرانسوی میانه در زبان قدیمی «پرووانسال» (ژاواتو) رقصی محلی است که در آن روستاییان رقصنده پاهایشان را بلند می کنند، پا بر زمین نمی لغزد و بند نمی شود. این نوع رقص با موسیقی ای با میزان ضربی ۴۴ اجرا می شود. این رقص تباری فرانسوی دارد. در قرن ۱۷ و ۱۸ در فرانسه و انگلیس به رقصی درباری تبدیل می شود.۴.اروینگ گافمن (۵. (Erwing Goffman.اکول دو روشه ((Ecole de Roches.۶. ، اصطلاحی است به مفهوم «بگذارید بشود» یا «مانع نشوید» و یا حکم «فضولی موقوف» و سپس حکم «هرچه بادا باد» است. این اصطلاح پس از رنسانس در مقابل دخالت کلیسا و حکومتها به میان آمد و در قرن هفده و هجده (توسط فیزیوکراتها) و در قرن هجدهم صراحتاً توسط آدام اسمیت (۱۷۹۰-۱۷۲۳ م) معروف شد. هدف از به کار بردن آن تأکید بر آزادی عمل در معاملات، تولید، توزیع و مصرف (در اقتصاد) و آزادی اندیشه و تفکر بود.۷.یان ویبرگ (۸. (Ian Weiberg.«باشگاه شهروندان سالمند» (۹. (The Senior Citizen Club.تراجن (۱۰. (Trudgen.ژاک دو فرانس (Jacque de france) .

مراجع :

Carey, J. (۱۹۹۲) The Intellectuals and the Masses: Pride and Prejudice among the Literary Intelligentsia ۱۸۸۰-۱۹۳۹. London: Faber & Faber.Menzies-Lyth, I. (۱۹۸۹) `The driver's dilemma', in The Dynamics of the Social, London: Free Association Books, pp. ۱۲۴-۴۱.Richards, B. (۱۹۸۵) `Reproductive technology and Left morality', New Statesman ۲۸۳۳, pp. ۲۳-۵.Walsh, M. (۱۹۹۰) `Motor vehicles and the environment: a research agenda'. Paper presented at international conference on Automotive Industry and the Environment, Geneva, November ۱۹۹۰.Williams, H. (۱۹۹۱) Autogeddon. London: Cape.

منابع مقاله: مجله ارغنون، شماره ۲۰، پی یر بوردیو / ترجمه محمّدرضا فرزاد؛

درباره مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

بسم الله الرحمن الرحیم

جاهِدُوا بِأَمْوالِکُمْ وَ أَنْفُسِکُمْ فی سَبیلِ اللَّهِ ذلِکُمْ خَیْرٌ لَکُمْ إِنْ کُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (سوره توبه آیه ۴۱)

با اموال و جانهای خود، در راه خدا جهاد نمایید؛ این برای شما بهتر است اگر بدانید حضرت رضا (علیه السّلام): خدا رحم نماید بنده‌ای که امر ما را زنده (و برپا) دارد ... علوم و دانشهای ما را یاد گیرد و به مردم یاد دهد، زیرا مردم اگر سخنان نیکوی ما را (بی آنکه چیزی از آن کاسته و یا بر آن بیافزایند) بدانند هر آینه از ما پیروی (و طبق آن عمل) می کنند

بنادر البحار-ترجمه و شرح خلاصه دو جلد بحار الانوار ص ۱۵۹

بنیانگذار مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان شهید آیت الله شمس آبادی (ره) یکی از علمای برجسته شهر اصفهان بودند که در دلدادگی به اهلبیت (علیهم السلام) بخصوص حضرت علی بن موسی الرضا (علیه السلام) و امام عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف) شهره بوده و لذا با نظر و درایت خود در سال ۱۳۴۰ هجری شمسی بنیانگذار مرکز و راهی شد که هیچ وقت چراغ آن خاموش نشد و هر روز قوی تر و بهتر راهش را ادامه می دهند.

مرکز تحقیقات قائمیه اصفهان از سال ۱۳۸۵ هجری شمسی تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن امامی (قدس سره الشریف) و با فعالیت خالصانه و شبانه روزی تیمی مرکب از فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مختلف مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

اهداف :دفاع از حریم شیعه و بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام) تقویت انگیزه جوانان و عامه مردم نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی، جایگزین کردن مطالب سودمند به جای بلوتوث های بی محتوا در تلفن های همراه و رایانه ها ایجاد بستر جامع مطالعاتی بر اساس معارف قرآن کریم و اهل بیت علیهم السّلام با انگیزه نشر معارف، سرویس دهی به محققین و طلاب، گسترش فرهنگ مطالعه و غنی کردن اوقات فراغت علاقمندان به نرم افزار های علوم اسلامی، در دسترس بودن منابع لازم جهت سهولت رفع ابهام و شبهات منتشره در جامعه عدالت اجتماعی: با استفاده از ابزار نو می توان بصورت تصاعدی در نشر و پخش آن همت گمارد و از طرفی عدالت اجتماعی در تزریق امکانات را در سطح کشور و باز از جهتی نشر فرهنگ اسلامی ایرانی را در سطح جهان سرعت بخشید.

از جمله فعالیتهای گسترده مرکز :

الف)چاپ و نشر ده ها عنوان کتاب، جزوه و ماهنامه همراه با برگزاری مسابقه کتابخوانی

ب)تولید صدها نرم افزار تحقیقاتی و کتابخانه ای قابل اجرا در رایانه و گوشی تلفن سهمراه

ج)تولید نمایشگاه های سه بعدی، پانوراما ، انیمیشن ، بازیهای رایانه ای و ... اماکن مذهبی، گردشگری و...

د)ایجاد سایت اینترنتی قائمیه www.ghaemiyeh.com جهت دانلود رایگان نرم افزار های تلفن همراه و چندین سایت مذهبی دیگر

ه)تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ... جهت نمایش در شبکه های ماهواره ای

و)راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی (خط ۲۳۵۰۵۲۴)

ز)طراحی سیستم های حسابداری ، رسانه ساز ، موبایل ساز ، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک ، SMS و...

ح)همکاری افتخاری با دهها مرکز حقیقی و حقوقی از جمله بیوت آیات عظام، حوزه های علمیه، دانشگاهها، اماکن مذهبی مانند مسجد جمکران و ...

ط)برگزاری همایش ها، و اجرای طرح مهد، ویژه کودکان و نوجوانان شرکت کننده در جلسه

ی)برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم و دوره های تربیت مربی (حضوری و مجازی) در طول سال

دفتر مرکزی: اصفهان/خ مسجد سید/ حد فاصل خیابان پنج رمضان و چهارراه وفائی / مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان

تاریخ تأسیس: ۱۳۸۵ شماره ثبت : ۲۳۷۳ شناسه ملی : ۱۰۸۶۰۱۵۲۰۲۶

وب سایت: www.ghaemiyeh.com ایمیل: Info@ghaemiyeh.com فروشگاه اینترنتی: www.eslamshop.com

تلفن ۲۵-۲۳۵۷۰۲۳- (۰۳۱۱) فکس ۲۳۵۷۰۲۲ (۰۳۱۱) دفتر تهران ۸۸۳۱۸۷۲۲ (۰۲۱) بازرگانی و فروش ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹ امور کاربران ۲۳۳۳۰۴۵(۰۳۱۱)

نکته قابل توجه اینکه بودجه این مرکز؛ مردمی ، غیر دولتی و غیر انتفاعی با همت عده ای خیر اندیش اداره و تامین گردیده و لی جوابگوی حجم رو به رشد و وسیع فعالیت مذهبی و علمی حاضر و طرح های توسعه ای فرهنگی نیست، از اینرو این مرکز به فضل و کرم صاحب اصلی این خانه (قائمیه) امید داشته و امیدواریم حضرت بقیه الله الاعظم عجل الله تعالی فرجه الشریف توفیق روزافزونی را شامل همگان بنماید تا در صورت امکان در این امر مهم ما را یاری نمایندانشاالله.

شماره حساب ۶۲۱۰۶۰۹۵۳ ، شماره کارت :۶۲۷۳-۵۳۳۱-۳۰۴۵-۱۹۷۳و شماره حساب شبا : -۰۶۲۱-۰۰۰۰-۰۰۰۰-۰۱۸۰-IR۹۰ ۵۳-۰۶۰۹به نام مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان نزد بانک تجارت شعبه اصفهان – خیابان مسجد سید

ارزش کار فکری و عقیدتی

الاحتجاج - به سندش، از امام حسین علیه السلام -: هر کس عهده دار یتیمی از ما شود که محنتِ غیبت ما، او را از ما جدا کرده است و از علوم ما که به دستش رسیده، به او سهمی دهد تا ارشاد و هدایتش کند، خداوند به او می‌فرماید: «ای بنده بزرگوار شریک کننده برادرش! من در کَرَم کردن، از تو سزاوارترم. فرشتگان من! برای او در بهشت، به عدد هر حرفی که یاد داده است، هزار هزار، کاخ قرار دهید و از دیگر نعمت‌ها، آنچه را که لایق اوست، به آنها ضمیمه کنید».

التفسیر المنسوب إلی الإمام العسکری علیه السلام: امام حسین علیه السلام به مردی فرمود: «کدام یک را دوست‌تر می‌داری: مردی اراده کشتن بینوایی ضعیف را دارد و تو او را از دستش می‌رَهانی، یا مردی ناصبی اراده گمراه کردن مؤمنی بینوا و ضعیف از پیروان ما را دارد، امّا تو دریچه‌ای [از علم] را بر او می‌گشایی که آن بینوا، خود را بِدان، نگاه می‌دارد و با حجّت‌های خدای متعال، خصم خویش را ساکت می‌سازد و او را می‌شکند؟».

[سپس] فرمود: «حتماً رهاندن این مؤمن بینوا از دست آن ناصبی. بی گمان، خدای متعال می‌فرماید: «و هر که او را زنده کند، گویی

همه مردم را زنده کرده است»؛ یعنی هر که او را زنده کند و از کفر به ایمان، ارشاد کند، گویی همه مردم را زنده کرده است، پیش از آن که آنان را با شمشیرهای تیز بکشد».

مسند زید: امام حسین علیه السلام فرمود: «هر کس انسانی را از گمراهی به معرفت حق، فرا بخواند و او اجابت کند، اجری مانند آزاد کردن بنده دارد».



قائمیه
مرکز تحقیقات رایانه‌ای
اصفهان
www
برای داشتن کتابخانه های‌تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشـــانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net
www.Ghaemiyeh.org
www.Ghaemiyeh.ir
مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.
۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹